

es del Observatorio / Observatorio's Reports  
**Informes del Observatorio / Observatorio's Reports**  
s del Observatorio / Observatorio's Reports  
nformes del Observatorio / Observatorio's Re  
es del Observatorio / **Observatorio's Reports**  
Informes del Observatorio / Observatorio's F  
es de Observatorio / Observatorio's Reports  
Informes del Observatorio / Observatorio's F



ISSN 2373-874X (online)

024-10/2016SP

# Mapa hispano de los Estados Unidos 2016

Daniel A. Martínez\*

con la colaboración de Austin Mueller y Rosana Hernández Nieto

1

Francisco Moreno Fernández (dir.)

Tema: El español y los hispanos en los Estados Unidos

Resumen: Análisis del idioma español y la población hispana en la economía, la cultura, la comunicación y la sociedad en los Estados Unidos

Palabras clave: español, hispano, latino, cultura, voto latino, economía, educación, identidad, medios de comunicación, redes sociales

---

\*Este informe actualiza y desarrolla el «Mapa hispano de los Estados Unidos 2015», escrito por Sara Steinmetz y dirigido por Francisco Moreno Fernández.

## O. Introducción

Este informe examina una serie de tendencias observadas durante los últimos veinte años en relación con el impacto del idioma español en los Estados Unidos y analiza el peso de la población hispana en la economía americana, la cultura y la sociedad estadounidense. En particular, este trabajo se concentra en las tendencias demográficas, el uso del lenguaje y la competencia lingüística, la educación, el uso de internet y las redes sociales, las tendencias económicas y socioeconómicas y los medios de comunicación y publicaciones en español en los Estados Unidos. Además, este informe concede una especial importancia a la política hispana en los Estados Unidos y en particular al peso del voto latino en las elecciones presidenciales de 2016.

Se espera que el crecimiento de los hispanos en los Estados Unidos durante este siglo altere drásticamente la composición étnica de la nación. A medida que la proporción de hispanos aumente y la de los estadounidenses blancos se reduzca, el idioma español alcanzará, sin duda, a una mayor proporción entre la población en los Estados Unidos. Aunque los hispanos de tercera y posteriores generaciones tienden a dominar cada vez más el inglés, el gran número de americanos de ascendencia hispana indica que el español seguirá siendo lingüísticamente importante en los Estados Unidos.

Algunos factores como el tiempo de permanencia en los Estados Unidos, el nivel educativo, los ingresos y la capacidad lingüística determinan con fuerza el éxito de los latinos en los Estados Unidos, aún más que los factores de origen étnico y el uso del lenguaje por sí solo. Los hispanos que terminan la escuela secundaria y alcanzan niveles más altos, dominan el inglés y crecen en familias con mayores ingresos tienen más probabilidades de tener éxito. En general, estos factores tienden a combinarse con un menor uso del español, así como con una mayor probabilidad de que los hispanos en los Estados Unidos se consideren a sí mismos como «americanos».

A pesar de los claros indicadores de progreso, los hispanos siguen detrás de otros grupos raciales y étnicos en una serie de áreas clave. Es particularmente preocupante el nivel educativo entre los hispanos. Dado que un nivel de educación superior está relacionado con mayores ingresos, mejores perspectivas de trabajo, una mayor competencia en el idioma inglés y mejor calidad de vida, el hecho de que no sean corregidas las debilidades en la educación de los hispanos probablemente perjudicará la capacidad de esta comunidad para desarrollarse e integrarse en los Estados Unidos.

Por último, este informe analiza también la utilización de la tecnología por los hispanos y revela datos interesantes, como el intenso uso de teléfonos inteligentes y datos por la comunidad hispana. Además, es de gran importancia para este informe el estado de los medios en español, examinado en profundidad en un estudio sobre el periodismo en español publicado por el Observatorio del Instituto Cervantes en la Universidad de Harvard (Covarrubias 2016). En el informe se revela cómo las deficiencias observadas en los medios impresos y digitales pueden estar ocasionando una reducción en el número de lectores por parte de los hispanos en los Estados Unidos.

El contenido de este informe se ha dividido y ordenado en las siguientes secciones<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Este informe examina los datos de una serie de fuentes, incluyendo la Oficina del Censo de Estados Unidos, el *Pew Research Center* y el Centro Nacional de Estadísticas de Educación, con la intención de presentar con la mayor exactitud la situación actual de los hispanos en los Estados Unidos. Los términos «latino» e «hispano» se utilizarán indistintamente en este informe; igualmente, los términos «nacidos en los Estados Unidos» y «nativos». Los términos «nacidos en el extranjero», «inmigrantes» y «migrantes» también se utilizan indistintamente. «Nacido en el extranjero» se usa para referirse a alguien nacido fuera de los Estados Unidos y Puerto Rico. «Dominio del inglés» o «dominio del español» se utilizan para indicar que el conocimiento o el uso de una lengua es más fuerte que la otra. «Dual» se utiliza para indicar que español e inglés se hablan igualmente bien. En la mayoría de casos a lo largo de este informe, el dominio de idiomas se determinó mediante encuestas de percepción subjetiva realizadas por la Oficina del Censo de los Estados Unidos o el *Pew Research Center*.

1. Demografía de la población
  - a. Tasa de crecimiento de la población
  - b. Inmigración vs. nacimiento natural
  - c. Edad
  - d. Población por estados
  - e. País de origen
2. Dominio y uso de la lengua
  - a. Contexto
  - b. El español entre los hispanos
  - c. El inglés entre los hispanos
  - d. Las barreras a la competencia en el inglés
  - e. El estudio del español en los Estados Unidos
3. Panorama educativo
  - a. Matriculación y finalización escuela primaria y secundaria
  - b. Matriculación a nivel universitario
  - c. Género y educación
  - d. Raza y educación
4. Tendencias económicas y socioeconómicas
  - a. Poder adquisitivo
  - b. Brecha salarial de género
  - c. Ingresos y pobreza
  - d. Propiedad de la vivienda
  - e. Seguro de salud
  - f. Matrimonio
5. Política
  - a. Contexto de la política latina en los Estados Unidos
  - b. Elecciones presidenciales y legislativas
  - c. El voto latino en las elecciones presidenciales de 2016
6. Identidad y actitudes sociales
  - a. «Hispano» vs. «latino»
  - b. ¿Hispano, latino, «americano» o gentilicio de origen?
  - c. Etnicidad y raza
7. Tecnología: internet y el uso de las redes sociales
  - a. Uso de internet
  - b. Uso de teléfonos inteligentes
  - c. Uso de redes sociales
8. Medios de comunicación y publicaciones
  - a. Noticias y lengua
  - b. Prensa
  - c. Televisión
  - d. Noticias digitales
  - e. Televisión e idioma
  - f. Radio
  - g. Música
9. Conclusión

## 1. Demografía de la población

- De acuerdo con la Oficina del Censo de los Estados Unidos, en 2015 los hispanos representaban el 17,8% de la población, aproximadamente 56,6 millones.
- Se espera que la población hispana alcance un 23,4% de la población estadounidense en 2065.
- En los últimos años el número de hispanos nacidos en los Estados Unidos está creciendo más rápidamente que el número de inmigrantes hispanos.
- La edad promedio de los hispanos es menor que la de otros grupos raciales y étnicos en los Estados Unidos.
- Según la Oficina del Censo de los Estados Unidos en 2015, los cinco estados con la mayor población hispana eran: California (15,2 millones), Texas (10,7 millones), Florida (4,9 millones), Nueva York (3,7 millones) e Illinois (2,2 millones).

### *Tasa de crecimiento de la población*

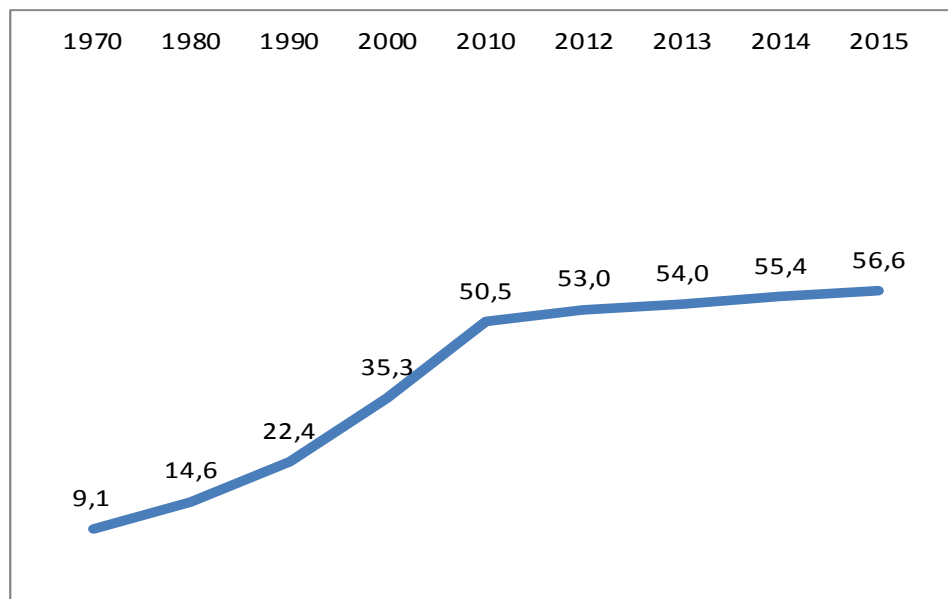
5

Las proyecciones a partir de datos del censo daban que más de 56 millones de hispanos vivían en 2015 en los Estados Unidos, un país con una población total de 321 millones de personas. Se espera que esta cifra se duplique en los próximos 30-40 años hasta alcanzar los 106 millones de un total de 398 millones en 2050 (*Pew Research Center 2015b*, U.S. Census Bureau 2015a; *The Economist 2015c*; Taylor, López, Martínez y Velasco 2012; Oficina del Censo de los Estados Unidos 2014a). Este cambio proyectado aumentaría el número de latinos del 17,8% de la población a más de un cuarto de la población, un 26,6%.

El crecimiento de la población hispana en los Estados Unidos corresponde de manera más amplia a un gran cambio demográfico dentro del país. Hasta la década de 1980, se estima que los blancos de origen europeo suponían el 80-90% de la población de los Estados Unidos. En 2010, la proporción de blancos no-hispanos (desde ahora abreviados simplemente como blancos) en los Estados

Unidos había caído a un 72,4%. Este porcentaje remontó hasta un 77,4% en 2014, y en el año 2045 algunos analistas estiman que los blancos representarán menos de la mitad de la población de Estados Unidos (U.S. Census Bureau 2015b; *The Economist* 2015c). Por otro lado, mientras que la inmigración hispana está disminuyendo actualmente, más hispanos están naciendo en los Estados Unidos y su porcentaje está aumentando rápidamente. El crecimiento del porcentaje de hispanos nacidos en los Estados Unidos es el principal responsable del aumento de la población hispana en el país. La *Figura 1* muestra el crecimiento de la población hispana a partir de 1970.

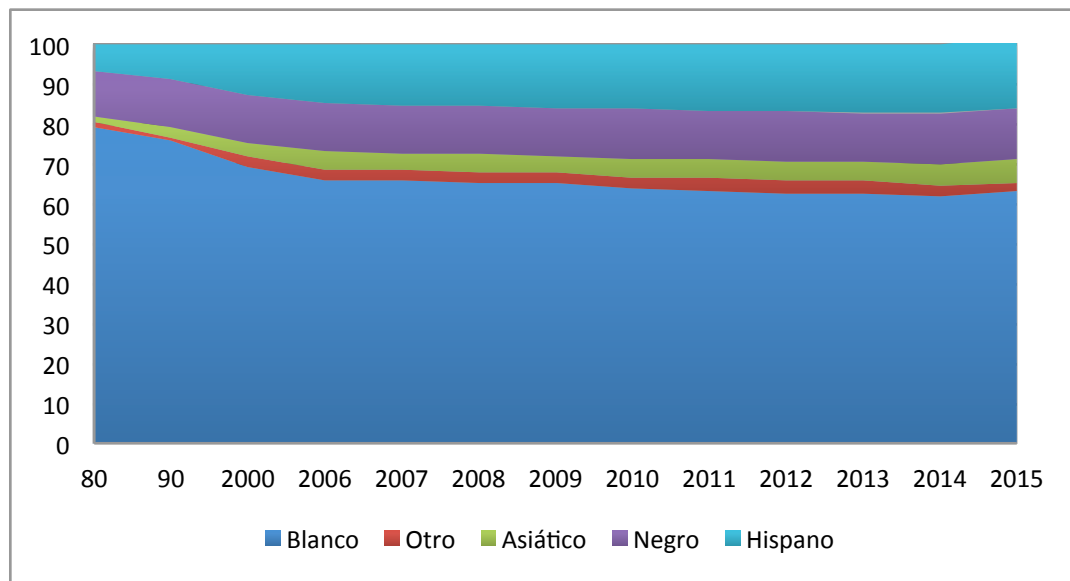
**Figura 1** – Población hispana en Estados Unidos, en millones. Fuente: U.S. Census Bureau 2014a; Pew Research Center 2015a; Stepler and Brown 2015.



Los hispanos son la minoría más grande del país y también son la población con el crecimiento más rápido de la nación. Mientras que la tasa de natalidad blanca ha caído por debajo del nivel de reemplazo, la tasa de natalidad hispana se mantiene por encima de este nivel, en un 2,4, lo que indica que los hispanos nacidos en los Estados Unidos continuarán creciendo más que la población blanca (*The Economist* 2015c).

Entre 2000 y 2012, la población hispana creció un 50%, mientras que toda la población de Estados Unidos aumentó solamente un 12% (Brown 2014b), y entre 1970 y 2014 la población hispana se incrementó un 592%, desde 9,1 hasta 53 millones. Según las últimas proyecciones de la Oficina del Censo de Estados Unidos, se espera que la población hispana crezca hasta los 106 millones en 2050 e incluso podría llegar a los 119 millones en el año 2060 (Krogstad 2014). La parte hispana de la población de los Estados Unidos supone actualmente el 17,8% del total, pero se espera que alcance el 26,6% en 2050 y hasta el 31% para el año 2060 (Krogstad y López 2014; Taylor, López, Martínez y Velasco 2012).

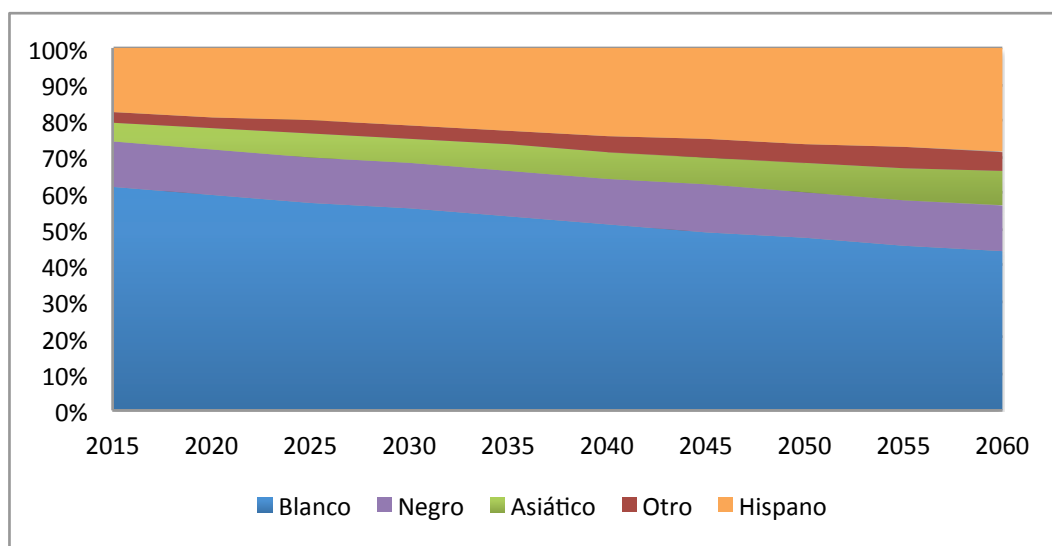
**Figura 2** – Población estadounidense estimada por raza y etnicidad hasta 2015. Fuente: Stepler and Brown 2015; U.S. Census Bureau 2015c.



7

A pesar del continuo crecimiento de la población hispana en los Estados Unidos, con una ola de 59 millones de inmigrantes en casi cinco décadas y un récord de casi 57 millones de hispanos viviendo actualmente en el país, su crecimiento se ha ralentizado. Más mexicanos (el 64% de la población hispana en los Estados Unidos) están saliendo que entrando a los Estados Unidos (González-Barrera 2015).

**Figura 3** – Población estadounidense estimada por raza y etnicidad hasta 2060. Fuente: U.S. Census Bureau 2014b.



El menor número de llegadas de inmigrantes hispanos ha llevado al censo a reducir sus proyecciones para la población hispana en 2050. Originalmente, en 2008 el censo proyectaba 133 millones de hispanos en 2050, y en 2012 revisó su proyección a 112 millones para 2050. No obstante, se espera que la población hispana crezca un 86% entre 2015 y 2050 (*Pew Research Center* 2015b; U. S. Census Bureau 2015c; González-Barrera 2015, Krogstad 2014).

8

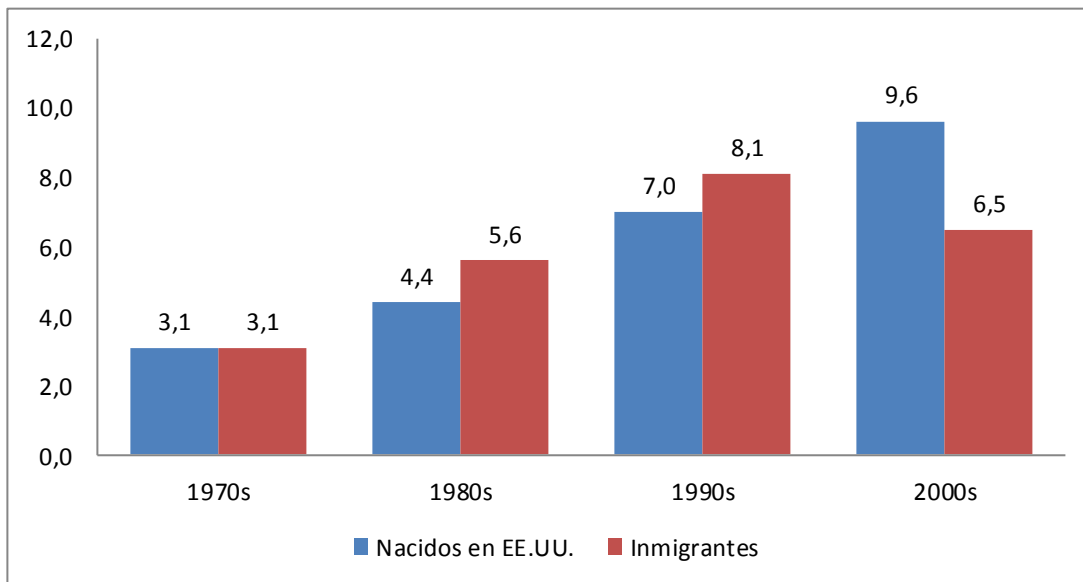
### *Inmigración vs. crecimiento natural*

Mientras que en el pasado la mayor parte del crecimiento de la población hispana en los Estados Unidos fue impulsado por la inmigración, en la actualidad ya no es así. Según el *Pew Research Center* el número de inmigrantes latinos alcanzó un récord de 18,8 millones en 2010, pero desde entonces se ha estancado (Krogstad y López 2014). La inmigración ha disminuido sustancialmente en los últimos quince años. Sin embargo, la población hispana sigue aumentando a un ritmo constante.



Este nuevo aumento está impulsado principalmente por nacimientos naturales de hispanos en los Estados Unidos, es decir, que cada vez una mayor parte del crecimiento de la población hispana corresponde a personas nacidas en los Estados Unidos. Esto tiene fuertes implicaciones para una serie de indicadores de calidad de vida que serán discutidas a lo largo del informe, incluyendo la capacidad lingüística, el nivel educativo, los ingresos de los adultos, la propiedad de la vivienda e incluso las creencias acerca de la identidad propia. La *Figura 4*, elaborada sobre la base de datos del *Pew Research Center* y el Censo de los Estados Unidos, muestra el crecimiento de la población hispana desglosado por su procedencia (inmigración y nacimientos en los Estados Unidos). Entre los años 1990 y la década de 2000, se observa un cambio brusco en el crecimiento de la población hispana, principalmente causado por la inmigración y por el aumento de los nacimientos de hispanos en los Estados Unidos.

**Figura 4** – Nacimiento vs. inmigración de hispanos en los Estados Unidos, en millones.  
Fuente: Krogstad and López 2014.



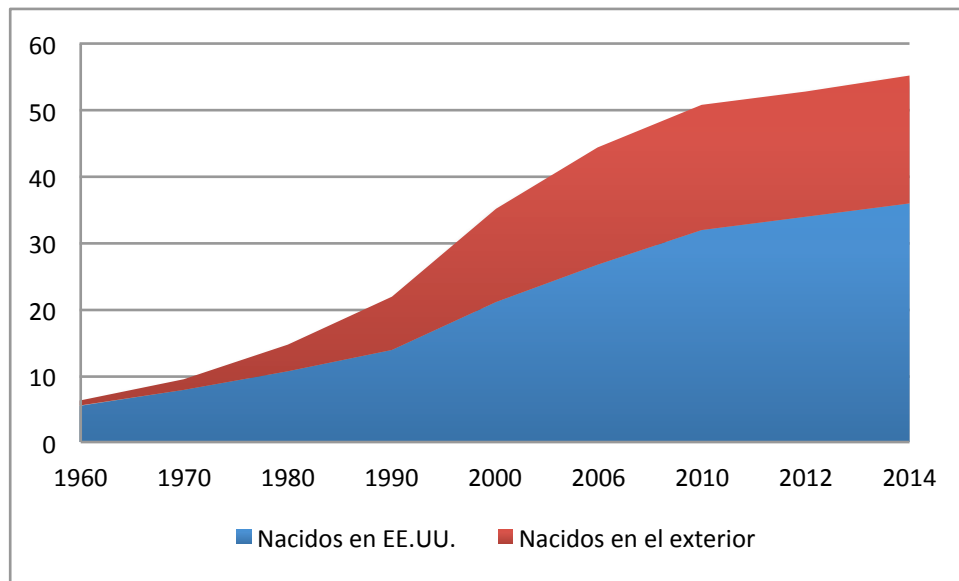
De acuerdo con el *Pew Research Center*, aunque se espera que los inmigrantes hispanos y asiáticos continúen siendo las fuentes primarias de crecimiento de la población inmigrante, cabe prever que la proporción de los nacidos en el

extranjero siga disminuyendo en ambos grupos, lo que significa que el crecimiento de ambas poblaciones vendrá dado por hijos de inmigrantes nacidos en los Estados Unidos. En 2014, el 34,9% de los hispanos nacieron en el extranjero; sin embargo, la Oficina del Censo de los Estados Unidos ha proyectado que este número disminuirá al 27,4% en 2060. Por el contrario, la tasa de natalidad de los hispanos en los Estados Unidos sigue creciendo y se considera la más alta desde el año 2000 (U. S. Census Bureau 2014c). Entre 2012 y 2013, el aumento natural de la población hispana (nacimientos menos muertes) fue responsable del 78% de la variación total de la población hispana (U. S. Census Bureau 2014c).

El número de hispanos que emigran a los Estados Unidos alcanzó un máximo de 18,8 millones en 2010, pero desde entonces ha dejado de crecer. Según el censo en 2013, la inmigración procedente de China e India sobrepasó a la de México (*The Economist* 2015e), debido a que la cifra de hispanos nacidos en los Estados Unidos va en aumento y la inmigración mexicana (antes la principal fuente de crecimiento de la población hispana) está disminuyendo. Además, la proporción de los hispanos nacidos en el extranjero que viven en los Estados Unidos está en retroceso de forma general (Brown 2014a; 2014b).

En 2014, el número de mexicanos que entraron y salieron de los Estados Unidos fue aproximadamente el mismo. Esto contribuyó a la disminución tanto de la inmigración mexicana como de la tasa general de inmigración hispana (*Pew Research Center* 2014). Por otra parte, la proporción de hispanos de todas las edades nacidos en el extranjero se redujo de aproximadamente un 40% a principios de los años 2000 a un 35,5% en 2012 (Krogstad y López 2014). Una vez más, estas estadísticas hacen hincapié en la importancia creciente del aumento de la población hispana nacida en los Estados Unidos. La *Figura 5* refleja la población hispana nacida en los Estados Unidos, estimada desde 1960 hasta 2013.

**Figura 5** – Población hispana estimada en millones, por lugar de nacimiento, 1960-2014.  
Fuente: Stepler and Brown 2015; U.S. Census Bureau 2014.



### Edad

Otro dato significativo relacionado con el crecimiento de la población hispana es que los hispanos, en general, son un grupo demográfico más joven que otros grupos raciales y étnicos en los Estados Unidos. En 2014, la edad promedio de los hispanos en los Estados Unidos era de 28,1 años (Brown 2014a), en comparación con 42 años para los blancos, 32 años para los negros, 36,3 para los asiáticos y 36,8 años en general para toda la población estadounidense (*The Economist* 2014c). Además, la edad media de los hispanos nacidos en los Estados Unidos es inferior a la de los nacidos en el extranjero, con 19 y 40 años respectivamente (Krogstad, Stepler y López 2015; Stepler y Brown 2015). En 2014, había casi el doble de hispanos nacidos en los Estados Unidos (36 millones) que hispanos nacidos en el extranjero (19 millones). Los hispanos nacidos en los Estados Unidos suponen el 65% de la población hispana en el país, por lo que dos tercios de la comunidad hispana son notablemente más jóvenes que otros grupos raciales y étnicos.

La juventud de los hispanos tiene implicaciones importantes; por ejemplo, casi la mitad de los votantes latinos son parte de la generación llamada *millennials*. Este puede ser un elemento que ayude a explicar la baja participación electoral de los hispanos, ya que las poblaciones más jóvenes tienen menor tendencia a votar.

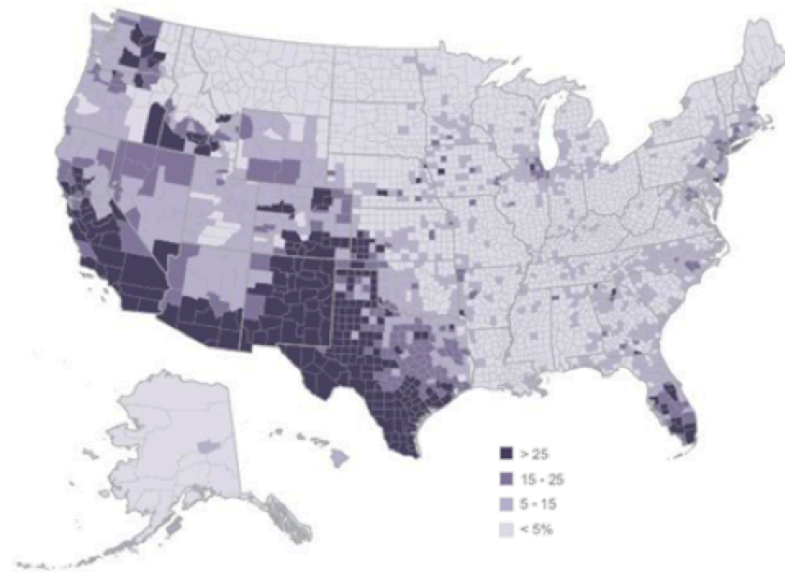
### *Población por estados*

Tradicionalmente, la población hispana ha estado agrupada en algunas ciudades y algunos estados clave, aunque en los últimos años ha ido conociendo una progresiva extensión a través de los Estados Unidos, especialmente en toda la región suroeste. Los mexicano-americanos siguen siendo el grupo más numeroso, aproximadamente 34 millones (*The Economist* 2015c). Aunque hay datos que confirman que la inmigración mexicana se ha desacelerado, la población mexicano-estadounidense se ha expandido tan rápido que, desde el año 2005, México ha abierto cinco nuevos consulados en los Estados Unidos (*The Economist* 2015c).

12

Los hispanos tienden a estar concentrados en los estados occidentales. Nuevo México tiene la mayor proporción de hispanos de su población total (47%) mientras que California cuenta con el mayor número absoluto de hispanos (14,7 millones) (*Pew Research Center* 2011). A partir de 2000-2010, la población hispana ha crecido con mayor rapidez en el Sur y en el Medio Oeste (*Hispanic Association of Colleges and Universities* 2015).

**Figura 6** – Mapa de distribución de población hispana en los Estados Unidos, 2011. Fuente: Pew Research Center 2011.



En 2015, los cinco estados de Estados Unidos con mayor número de población hispana en términos absolutos fueron: California (15,2 millones), Texas (10,7 millones), Florida (4,9 millones), Nueva York (3,7 millones) e Illinois (2,2 millones). Entre 2000 y 2012, los estados en los que la población hispana experimentó un mayor crecimiento fueron: Tennessee (un crecimiento de 163%), Carolina del Sur (161%), Alabama (157%), Kentucky (135%) y Dakota del Sur (132%). Por último, los estados donde los hispanos constituían la mayor parte de la población (en 2014) fueron los siguientes: Nuevo México (47,7%), California (38,6%), Texas (38,6%), Arizona (30,5%) y Nevada (27,8%) (Krogstad y López 2014, Pew Research 2016). Más del 50% de los hispanos estadounidenses viven en California, Florida y Texas; si se suman Nueva York, Arizona, Illinois, Nueva Jersey y Colorado, son más del 75% de todos los hispanos en los Estados Unidos (Hispanic Association of Colleges and Universities 2015). La *Figura 6* muestra un mapa de la población hispana en los Estados Unidos. Los condados

con la mayor población hispana tienden a concentrarse en el suroeste del país y también el sur de la Florida.

Los estados con mayor población hispana, tanto en términos absolutos como en porcentaje, se enumeran a continuación en las *Tablas 1 y 2*.

**Tabla 1 – Población hispana por estado.** Fuente: U.S. Census Bureau 2015c.

	<b>Estado</b>	<b>Población hispana</b>
1	California	15.184.548
2	Texas	10.670.101
3	Florida	4.964.077
4	New York	3.726.804
5	Illinois	2.175.116
6	Arizona	2.098.410
7	New Jersey	1.762.181
8	Colorado	1.164.274
9	New Mexico	1.001.258
10	Georgia	955.434

14

**Tabla 2 – Hispanos como porcentaje de la población por estado.** Fuente: Pew Research Center 2016.

	<b>Estado</b>	<b>Población hispana</b>
1	New Mexico	47,7%
2	California	38,6%
3	Texas	38,6%
4	Arizona	30,5%
5	Nevada	27,8
6	Florida	24,1%
7	Colorado	21,2%
8	New Jersey	19,4%
9	New York	18,6%
10	Illinois	16,7%

**Tabla 3** – Condados con la población hispana más numerosa. Fuente: U.S. Census Bureau 2015c.

	<b>Condado, Estado</b>	<b>Población hispana</b>
1	Los Angeles, CA	4.897.745
2	Harris County, TX	1.766.483
3	Miami-Dade County, FL	1.696.171
4	Cook County, IL	1.281.217
5	Maricopa County, AZ	1.181.100
6	Orange County, CA	1.050.771
7	Bexar County, TX	1.055.568
8	Riverside County, CA	1.055.027
9	San Bernardino County, CA	1.050.173
10	San Diego County, CA	1.039.752

*País de origen*

Los hispanos de Estados Unidos tienen sus raíces en más de veinte países de habla hispana. Entre estos países de origen, seis tienen poblaciones en los Estados Unidos superiores a un millón de personas. Los 14 países hispanos con mayor población en el país se enumeran a continuación en la *Tabla 4*. Las llegadas y descendientes de estos 14 países representan el 95% de la población hispana en los Estados Unidos.

15

Debido a la disminución de la inmigración procedente de México, el porcentaje de hispanos de origen mexicano se ha reducido a un 63,9% (35,3 millones). En segundo lugar aparece la población hispana procedente de Puerto Rico, que ha aumentado hasta los 5,3 millones. Les siguen los centroamericanos, cubanos, dominicanos y, por último, sudamericanos. La cifra de hispanos de origen español, hondureño, ecuatoriano, nicaragüense, venezolano y argentino es muy reducida en comparación a las anteriores, como puede observarse en la *Tabla 4*.

**Tabla 4 – Población hispana en Estados Unidos por país de origen (en miles).** Fuente: López, González, Barrera and Cuddington 2013; U.S. Census Bureau 2014d.

	<b>País</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
1	México	33.539	64,6%
2	Puerto Rico	4.916	9,5%
3	El Salvador	1.952	3,8%
4	Cuba	1.889	3,6%
5	República Dominicana	1.528	2,9%
6	Guatemala	1.216	2,3%
7	Colombia	989	1,9%
8	España	707	1,4%
9	Honduras	702	1,4%
10	Ecuador	645	1,2%
11	Perú	556	1,1%
12	Nicaragua	395	0,8%
13	Venezuela	259	0,5%
14	Argentina	242	0,5%
	Total	51.927	

La *Tabla 5* y la *Figura 7* presentan los números absolutos y porcentajes de hispanos según su país o región de origen.

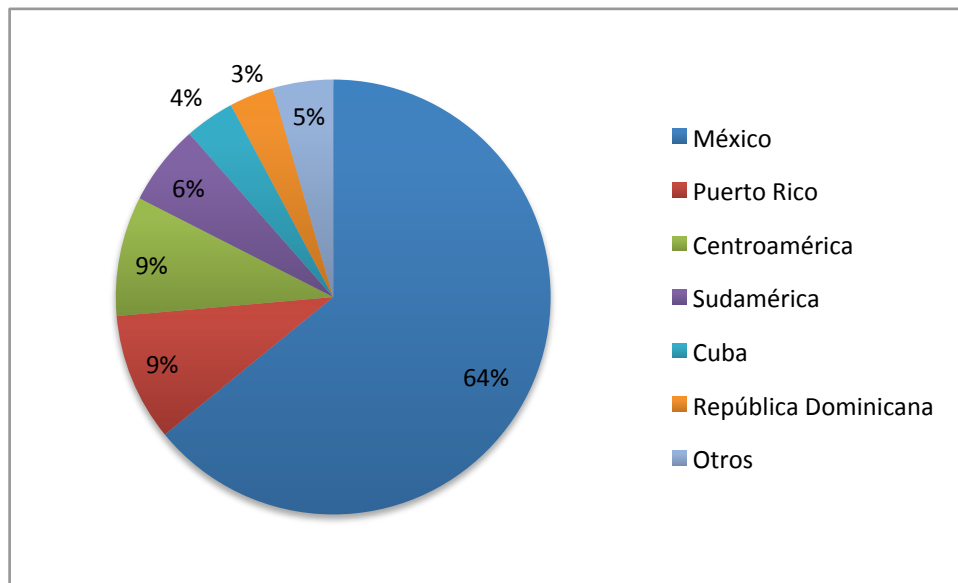
16

**Tabla 5 – Población hispana por región de origen.** Fuente: U.S. Census Bureau 2014d.

	<b>País o región</b>	<b>Población hispana</b>
1	México	35.320.579
2	Puerto Rico	5.266.738
3	Centroamérica	5.097.021
4	Cuba	2.046.805
5	República Dominicana	1.760.354
6	Sudamérica	3.320.848
7	Otros hispanos o latinos	2.467.107



**Figura 7** – Porcentaje de población hispana por región de origen. Fuente: U.S. Census Bureau 2014d.



## 2. Dominio y uso de la lengua

17

- El español es el primer idioma, aparte del inglés, más usado en los Estados Unidos.
- Hay alrededor de 49 millones de hispanohablantes en los Estados Unidos.
- El 76% de los hispanos dominan el español o son bilingües.
- El 95% de los hispanos en los Estados Unidos creen que es importante para las generaciones futuras hablar español.
- En la tercera generación el porcentaje de hispanos que dominan el español o son bilingües desciende significativamente: solo un tercio de los hispanos de tercera generación se consideran a sí mismos bilingües y solo el 47% dice hablar español con soltura.

## Contexto

En 1980, la Oficina del Censo de los Estados Unidos comenzó a recopilar información sobre el uso del idioma y la capacidad de hablar inglés en los Estados Unidos. Desde entonces, el censo ha preguntado a los encuestados sobre tal cuestión de diversas maneras. A partir de 1980, el censo comenzó a pedir a los encuestados de cinco años y más un conjunto estándar de tres preguntas para determinar su uso de la lengua (véase la *Figura 8*).

Las estadísticas del Censo de los Estados Unidos sobre el uso del lenguaje se limitan a «lengua hablada en casa» y «dominio del idioma inglés». Sin embargo, el Censo de los Estados Unidos comprende los datos más fiables del uso de la lengua disponibles para determinar el número de personas que utilizan español en los Estados Unidos, a pesar de no incluir a los inmigrantes latinos indocumentados y las personas no hispanas que también hablan español en casa.

18

Es difícil conocer la cantidad actual exacta de hispanohablantes en los Estados Unidos y su crecimiento. Sobre todo es difícil calcular el número de no hispanos que han llegado a dominar el español pero no lo hablan en casa, así como el número de hispanos nacidos en el extranjero que pueden haber emigrado a los Estados Unidos a una edad temprana y, por ende, no dominan el español aunque se supone que lo hablan. Por lo tanto, las cifras presentadas en el censo deben verse como estimaciones aproximadas.

**Figura 8** – Reproducción de la pregunta sobre el idioma usada por el Censo de la Comunidad Americana de 2011 (ACS) de la Oficina del Censo de los Estados Unidos. Fuente: ACS Language Use 2011<sup>2</sup>.

**14 a. Does this person speak a language other than English at home?**

Yes

No → SKIP to question 15a

**b. What is this language?**

*For example: Korean, Italian, Spanish, Vietnamese*

**c. How well does this person speak English?**

Very well

Well

Not well

Not at all

Un estudio de los datos del censo de 2011 estima que hay alrededor de 48,6 millones de hispanohablantes en los Estados Unidos (Escobar y Potowski 2015). Este número incluye los registros de la Oficina del Censo de Estados Unidos 2011, American Community Survey (ACS), es decir, los hispanos de cinco o más años de origen extranjero (18,7 millones) y nativos (17 millones) que hablan español en casa (Escobar y Potowski 2015). Además, esta estimación comprende hispanohablantes que no son declarados en el censo, como los inmigrantes indocumentados (11 millones, *Pew Research Center* 2013) y los no hispanos que hablan español en el hogar (2,8 millones en 2011 y 2,6 millones en 2013) (Krogstad y González-Barrera 2015). Tomando en cuenta el crecimiento de la población de los hispanos que hablan español en el hogar (36,6 millones en 2014) y el número de no hispanos que hablan español en

19

<sup>2</sup> Traducción: «14 a. ¿El encuestado habla otro idioma además del inglés en casa? b. ¿Cuál es ese idioma? c. ¿Qué tal habla inglés el encuestado? Muy bien, bien, no muy bien, nada en absoluto».

casa, la cifra de personas que hablan español en el hogar en los Estados Unidos es de aproximadamente 50,2 millones<sup>3</sup>.

Con estas cifras, Estados Unidos se sitúa como el segundo país del mundo con más hispanohablantes en número absoluto, solo superado por México (112,3 millones), y por delante de países como Colombia (47,5 millones), España (46,7 millones) y Argentina (41,6 millones) (Escobar y Potowski 2015). En la actualidad, el Instituto Cervantes estima que hay 567 millones de hispanohablantes en todo el mundo, incluyendo los nativos y los estudiantes del español como lengua extranjera (Instituto Cervantes 2016).

En 2011, el último informe del uso de la lengua de la Oficina del Censo de los Estados Unidos afirmó que alrededor del 12,9% de la población de Estados Unidos habla español. Esto representa un aumento sobre el 11% registrado en 1980 y del 12% en 2005 (ACS Language Use 2011). Otro informe realizado por la Oficina del Censo de Estados Unidos proyecta que el número de hispanohablantes en los Estados Unidos aumentará hasta cifras comprendidas entre los 39 y los 43 millones para 2020. Sin embargo, este número dependerá en gran medida de los futuros patrones de migración de hispanos (Ortman y Shin 2011).

20

### *El español entre los hispanos*

La ola de inmigración latina, aunque se ha reducido en los últimos años, trajo consigo un gran número de culturas hispánicas diferentes, pero todas con el idioma español como un factor común. El número cada vez mayor de los

---

<sup>3</sup> La mayoría de las estimaciones recientes de ACS 2014 de la Oficina del Censo apuntan a un primer número de 49,2 millones de hispanohablantes en los Estados Unidos; sin embargo, esta cifra se incrementa considerando un crecimiento en el número total estimado de hispanos de edad de 5 años o mayores que hablan español en casa desde 34,8 millones en 2011 a 36,6 millones en 2014. Para más información, véase <http://bit.ly/2anSzia>

hispanos en los Estados Unidos y la creciente popularidad<sup>4</sup> del español han hecho que sea la lengua más utilizado en los Estados Unidos, después del inglés, debido en parte al bilingüismo y el crecimiento de la población hispana (Krogstad y González-Barrera 2015).

A pesar de la creciente influencia del español en todo el mundo, existen informes sobre la pérdida de la capacidad de lenguaje entre la población hispana nacida en los Estados Unidos. Como se constató en el «Mapa hispano de los Estados Unidos de 2015», en la tercera generación el número de hispanos que mantienen el español y pueden ser clasificados como bilingües disminuye sustancialmente en comparación con la primera y segunda generación de inmigrantes hispanos (Steinmetz 2015).

El monolingüismo inglés y, en consecuencia, la pérdida del español, parece ser la tendencia predominante entre los hispanos de tercera generación. En general, el bilingüismo tiende a ser más fuerte entre los hispanos de primera generación y segunda generación. Casi todos los niños hispanos de segunda generación son competentes en inglés y pueden hablar el idioma de sus padres. Sin embargo, en la tercera generación, el dominio del inglés se hace cada vez más frecuente. Esta tendencia hace que sea menos probable que los hispanos de tercera generación crezcan como bilingües (Alba 2004). La *Figura 9* muestra el idioma de uso primario para los hispanos desglosado por generaciones. En la tercera y sucesivas generaciones, pocos hispanos dominan el español. Sin embargo, casi un tercio todavía habla español lo suficientemente bien como para identificarse como bilingüe.

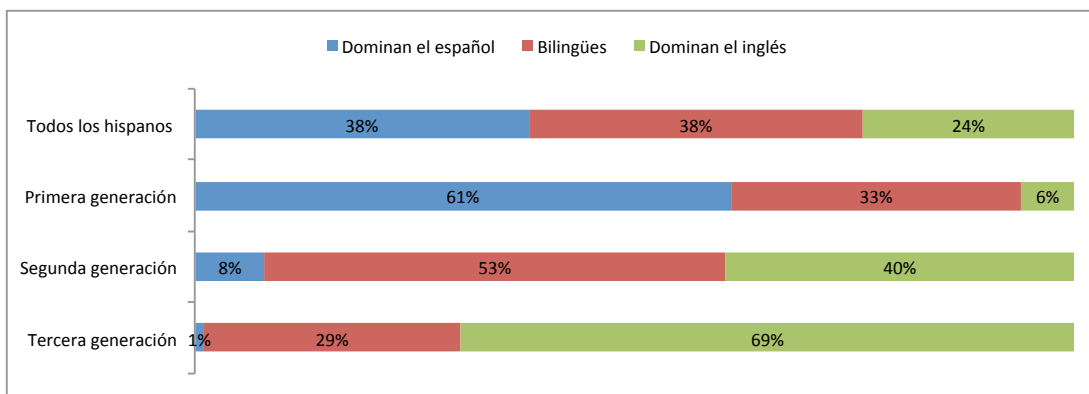
A pesar del progresivo retroceso en el uso del español hacia la tercera generación, los hispanos siguen considerando importante poder hablar español y

---

<sup>4</sup> La inscripción en clases de español en el Instituto Cervantes de todo el mundo se incrementó trece veces entre 1993 y 2014 (Instituto Cervantes 2016).

tratan de preservarlo. Una encuesta realizada en 2011 por el *Pew Research Center* preguntó a los hispanos sobre la importancia de que las futuras generaciones en los Estados Unidos puedan hablar español. El informe encontró que, a pesar de la disminución general del dominio del español por los inmigrantes de tercera generación, los hispanos mantienen firmemente la importancia de la transmisión del español a las generaciones futuras. Alrededor del 75% de los hispanos encuestados consideraron que es muy importante para las futuras generaciones seguir hablando español. Solo el 25% respondió que es algo importante y una mínima parte, el 5%, no lo considera importante.

**Figura 9** – Idioma de uso primario<sup>5</sup>. Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



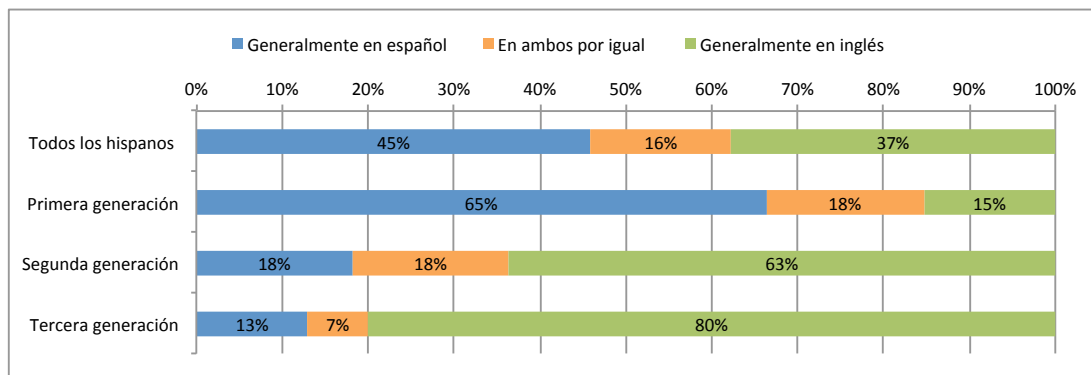
22

Por lo tanto, el 95% de los hispanos cree que mantener el español es importante (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012). Tal vez por ello, la tasa de bilingüismo de los hispanos, incluso en la tercera generación, sigue siendo superior a la de otros grupos étnicos y raciales. Solo el 72% de los hispanos de tercera generación es inglés monolingüe, en comparación con el 92% de los asiáticos (Alba 2004).

<sup>5</sup> El dominio de una lengua está determinado por hablar una lengua «muy bien» o «bastante bien» y hablar ese idioma mejor que otro idioma.

Otra encuesta realizada por el *Pew Research Center* en 2012 es particularmente reveladora en relación al uso del español entre las generaciones de hispanos en los Estados Unidos. La encuesta preguntó a los hispanos en qué idioma tienden a pensar. El 65% de la primera generación de hispanos estadounidenses respondieron que piensan en español. Este número se reduce dramáticamente a solo un 18% para la segunda generación y al 13% para la tercera generación. Es decir, el 80% de los hispanos de tercera generación piensan en inglés en lugar de hacerlo en español. La *Figura 10* muestra este cambio a través de cada generación.

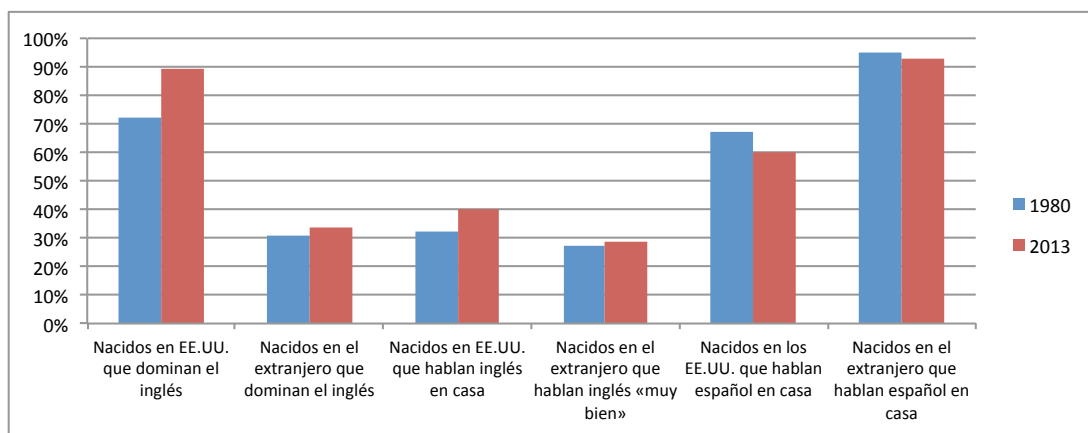
**Figura 10** – ¿Piensa usted más en español o en inglés? Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



23

La *Figura 11* muestra el porcentaje de hispanos que hablan y leen español. En general, el dominio del inglés tiende a aumentar con cada generación, mientras que el dominio del español tiende a disminuir.

**Figura 11** – Porcentaje de hispanos que hablan y leen español «muy bien» o «bastante bien» por generación. Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



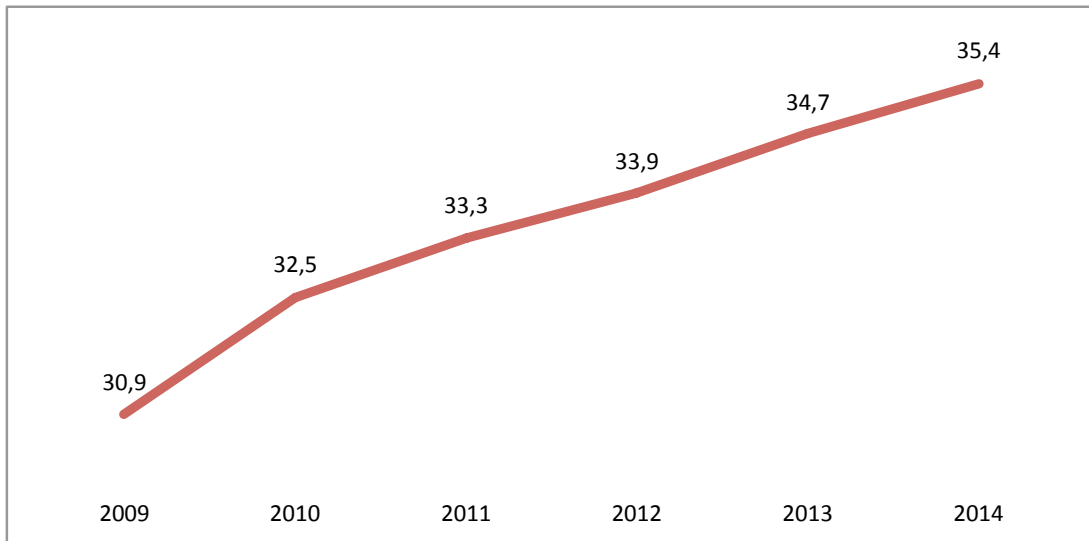
La reducción de los latinos nacidos en los Estados Unidos que hablan español en el hogar está causando un descenso de la cifra global de hispanos que hablan español en casa. Los hispanos nacidos en los Estados Unidos que hablan español en casa han pasado del 67% del total en 1980 al 60% en 2013. Por otro lado, el porcentaje de hispanos nacidos en el extranjero que hablan español en el hogar sigue siendo alto, manteniéndose sin cambios desde 1980 (Krogstad, Stepler y López 2015).

24

El porcentaje global de los hispanos que hablan español en el hogar disminuyó de un 78% en 2000 al 73% en 2013. Aunque el porcentaje de hispanos de cinco años y más que hablan español en el hogar está disminuyendo lentamente, el número de hispanos que hablan español en casa ha aumentado, de 9,8 millones en 1980 a 35,8 millones en 2013. En la actualidad, hay 37,6 millones de hispanos que hablan español en casa. Se espera que esta cifra aumente mientras la población hispana en los Estados Unidos siga creciendo (Krogstad, Stepler y López 2015).



**Figura 12** – Millones de hispanos de cinco o más años de edad que hablan español en casa.  
Fuente: U.S. Census Bureau 2014e.



A pesar de la caída en el porcentaje de hispanos que pueden hablar español, el uso del español está creciendo rápidamente en los Estados Unidos entre los hispanos y no hispanos. En 2013, 38,4 millones de personas hablaban español en casa, incluyendo 2,6 millones de no-hispanos (Krogstad, Stepler y López 2015). Como se ha mencionado antes, si se tiene en cuenta el número de inmigrantes latinos indocumentados (alrededor de 11 millones) el número total de hispanohablantes en los Estados Unidos se elevaría a cerca de 50,2 millones.

25

### *El inglés entre los hispanos*

Contrariamente a la creencia común, los inmigrantes hispanos logran asimilar la cultura estadounidense y el idioma inglés del mismo modo que los primeros inmigrantes de ascendencia europea. Por ejemplo, los hijos de inmigrantes hispanos son capaces de aprender inglés mejor que sus padres (*The Wall Street Journal* 2013). En 2007, un estudio realizado por el *Pew Research Center* encontró que mientras que el 23% de los inmigrantes recientes considera que habla inglés «muy bien», el 88% de sus hijos adultos nacidos en los Estados

Unidos manifestó que habla inglés «muy bien». Para las generaciones posteriores, este porcentaje asciende a un 94% (Hakimzadeh y Cohn 2007).

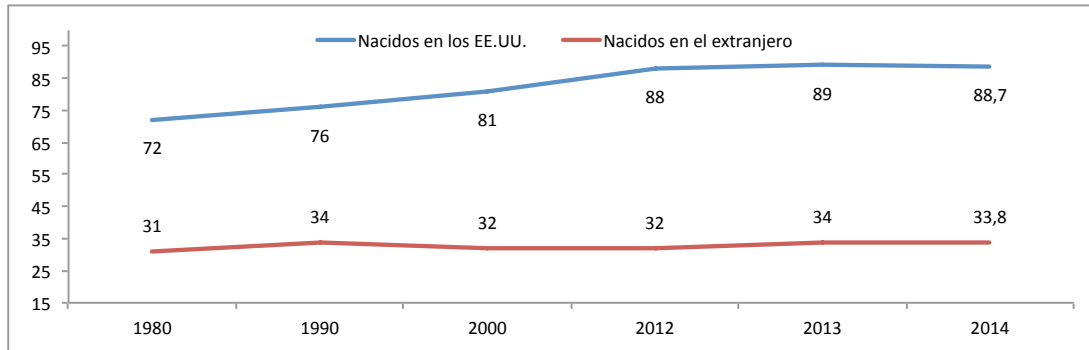
Aunque la mayoría de los hispanos habla algo de español (exactamente un 74% en 2011), se ha demostrado que el uso del inglés aumenta con cada generación (Escobar y Potowski 2015; Krogstad y González-Barrera 2015). Un estudio del *Pew Research Center* refleja que en 2013 el 36% de los hispanos eran bilingües, el 38% hablaba principalmente español o dominaba el español y el 25% dominaba el inglés. Entre los hispanos que principalmente hablaban inglés, el 59% era bilingüe (Krogstad y González-Barrera 2015). Además, en 2013 un número récord de hispanos (33,2 millones) hablaba inglés con soltura, es decir, alrededor del 68% de todos los hispanos (Krogstad, Stepler y López 2015). Por lo tanto, puesto que la población hispana sigue creciendo en los Estados Unidos impulsada principalmente por el aumento de los hispanos nacidos en el país, se espera que la habilidad de hablar inglés entre los hispanos siga aumentando con cada generación.

26

El dominio del inglés entre los hispanos también está fuertemente afectado por el lugar de nacimiento, es decir, si los hispanos son nacidos en el extranjero o nacidos en los Estados Unidos. En 2013, se constató que los adultos hispanos hijos de inmigrantes hispanos, es decir, de segunda generación, son un 50% más propensos a ser bilingües (Krogstad y González-Barrera 2015). En 2012, también se registró que los latinos cuyos padres habían emigrado a los Estados Unidos (nacidos fuera de los Estados Unidos o en Puerto Rico) representaban el 48% de todos los hispanos nativos. Por comparación, solo el 35% de hispanos de primera generación son bilingües y tan solo el 23% de los hispanos con padres nacidos en los Estados Unidos, es decir, hispanos de tercera generación, mantienen el español y son clasificados como bilingües (Krogstad y González-Barrera 2015). Estas estadísticas indican que el dominio del español es más fuerte entre los

hispanos de primera y segunda generación, pero comienza a perderse en la tercera generación.

**Figura 13** – Porcentaje de hispanos de cinco o más años de edad que hablan solo inglés en casa. Fuente: Stepler and Brown 2015; U.S. Census Bureau 2014f.

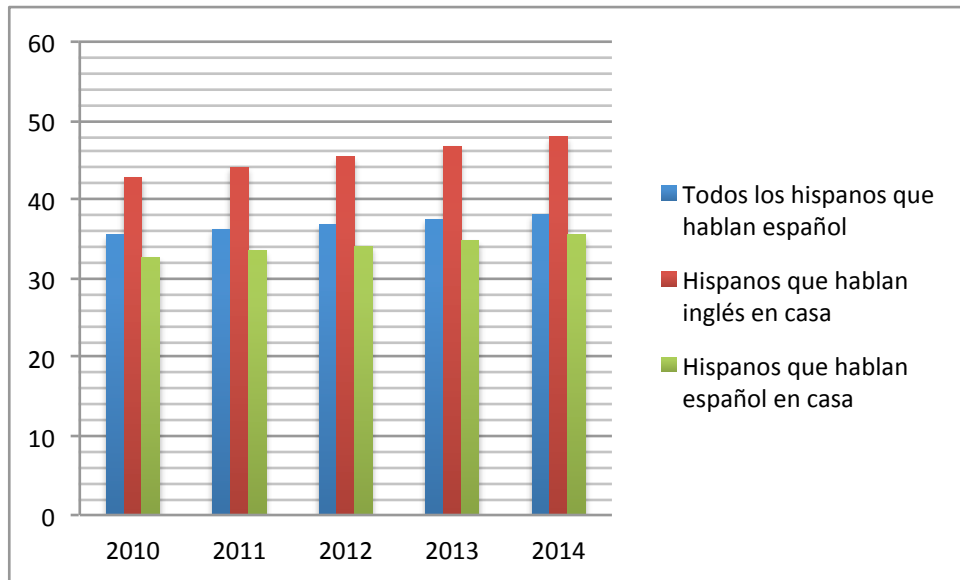


El aumento de la competencia en inglés entre los hispanos tiene lugar junto a la disminución en el porcentaje de hispanos que hablan español en casa. En 2000, el 78% de los hispanos de los Estados Unidos dijo que hablaba español en casa. En 2013, este porcentaje se había reducido a 73%. Por el contrario, el porcentaje de hispanos que habla inglés con soltura aumentó de un 59% en 2000 al 68% en 2013 (Krogstad, Stepler y López 2015). De acuerdo con las proyecciones de la Oficina del Censo, el número de hispanos que solo hablan inglés en casa aumentará de 26% en 2013 a 34% en 2020 y el número de hispanos que hablan español en casa se reducirá del 75% en 2010 al 66% en 2020 (Krogstad y González-Barrera 2015; Ortman y Shin 2011).

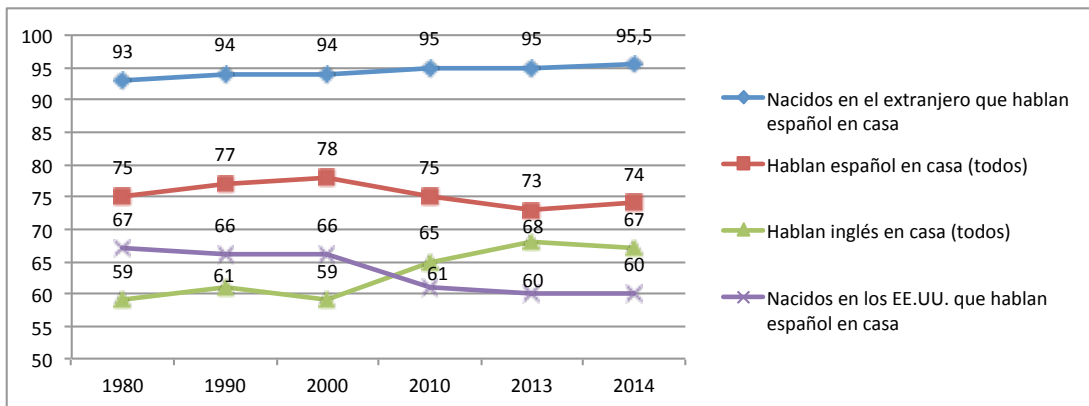
27

La *Figura 14* muestra el crecimiento global del español y el número de hispanos que habla español en casa. También representa el número de hispanos que habla inglés solo en casa o lo habla «muy bien».

**Figura 14** – Número de hispanos de cinco o más años de edad que hablan español o inglés en casa (en millones). Fuente: U.S. Census Bureau 2015c, U.S. Census Bureau 2014g.



**Figura 15** – Porcentaje de hispanos de cinco o más años de edad desglosados por competencia lingüística y lugar de nacimiento. Fuentes: Stepler and Brown 2015; Krogstad, Stepler and López 2015; U.S Census Bureau 2014f.



Como se observa en las Figuras 14 y 15, aunque el porcentaje de hispanos que hablan español en el hogar está disminuyendo, el número total de hispanos que viven en hogares de habla hispana ha aumentado.

Entre todos los latinos de cinco años o más, aproximadamente 15,7 millones hablan español en casa y también dicen hablar solo un poco de inglés o nada en absoluto (Krogstad, Stepler y López 2015). En general, el porcentaje de hispanos que no son competentes en inglés ha disminuido del 54% en 1980 a un 44% en 2013 (Krogstad, Stepler y López 2015). Esta es una disminución significativa del 10% que indica que cada vez más hispanos están aprendiendo a hablar inglés, incluso cuando el número de hispanos ha aumentado. Véase en este sentido la *Figura 16*, que muestra el porcentaje de hispanos estadounidenses que hablan inglés «muy bien» o «bastante bien», desglosado por generación.

### *Barreras en la competencia en inglés*

Un estudio del *Pew Research Center* publicado en mayo de 2015 encontró que el dominio del inglés está en aumento entre los latinos en los Estados Unidos. Este cambio viene impulsado por el aumento de los latinos nacidos en los Estados Unidos. Se estima que alrededor de 33,2 millones de hispanos hablan inglés con soltura. Sin embargo, el aumento de la competencia en inglés entre los latinos parece coincidir con la reducción del porcentaje de hispanos que hablan español en casa. No obstante, cabe señalar que si bien el porcentaje ha disminuido, el número absoluto de hispanos que no hablan español en el hogar se ha incrementado y ha alcanzando una cifra récord de 35,8 millones (Krogstad, Stepler y López 2015).

29

A pesar del crecimiento generalizado del dominio del idioma inglés, hay todavía muchos hispanos que no hablan inglés o que lo hablan menos que «muy bien». En 2013, 12,5 millones de hispanos dijeron que hablaban inglés menos que «muy bien» y otros 3,2 millones declararon que no hablan nada de inglés; en conjunto, estos representan el 32% de todos los hispanos de cinco o más años de edad.

Las barreras que los hispanos en los Estados Unidos encuentran para ser competentes en inglés no han cambiado desde las reflejadas en el «Mapa hispano de los Estados Unidos de 2015». La edad, el sexo, el lugar de nacimiento, el nivel de educación y la cantidad de tiempo en los Estados Unidos siguen siendo los factores más importantes en relación al uso del lenguaje y a la capacidad de los hispanos para hablar inglés.

Entre estos factores, la edad sigue siendo el mayor obstáculo para el uso del inglés entre los hispanos. Aproximadamente el 70% de los niños inmigrantes (con edades comprendidas entre los cinco y los 17 años) dicen que solo hablan inglés o hablan muy bien el inglés; en comparación, solo el 32% de los adultos inmigrantes responden lo mismo (Krogstad y López 2014). En general, los hispanos mayores tienden a ser menos competentes en inglés; de hecho, el 21% de los hispanos que no habla nada de inglés tiene 65 años o más de edad. Entre los hispanos que hablan algo de inglés, pero no muy bien, otro 9% también es mayor de 65 años. Del mismo modo, entre los hispanos que son competentes en el inglés, solo el 4% se encuentra en este mismo grupo de edad (Krogstad, Stepler y López 2015).

30

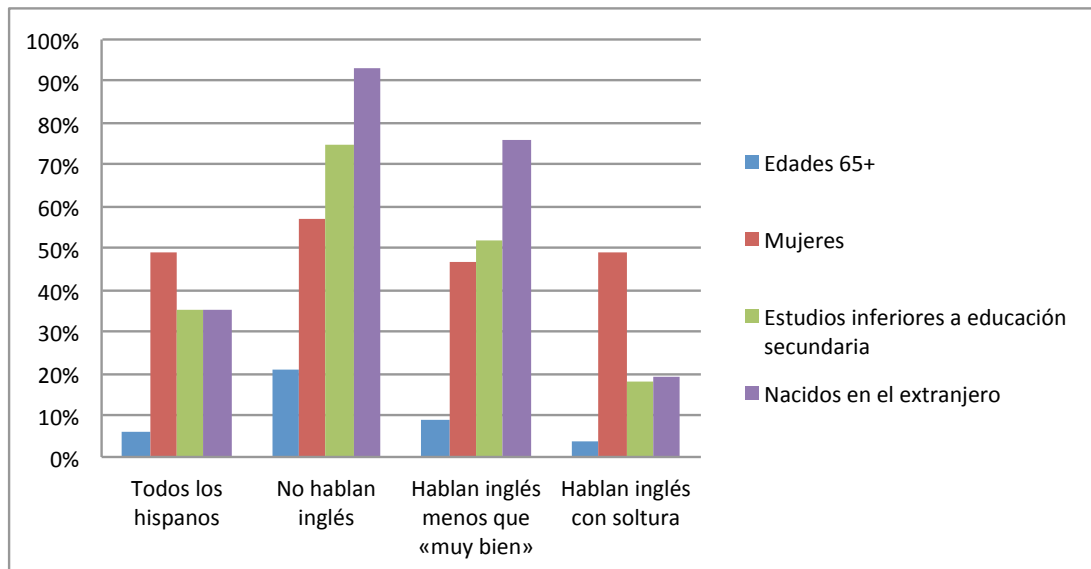
El género también influye en si los latinos hablan inglés con soltura; sin embargo, su impacto es menos importante que el de la edad. Entre los hispanos que no hablan nada de inglés, el 57% son mujeres. Las mujeres también representan algo menos de la mitad (49%) de los hispanos que dominan el inglés (Krogstad, Stepler y López 2015).

El nivel de educación es otro factor importante que influye en poder hablar inglés con soltura. De los inmigrantes hispanos de 25 años o más que solo hablan inglés en casa o son bilingües o dicen hablar inglés «muy bien», alrededor del 15% tienen estudios inferiores a un diploma de escuela secundaria, en comparación con un 61% con un título de licenciatura o más.

El lugar de nacimiento sigue siendo la tercera cuestión más influyente al dominio del inglés. Casi todos (93%) los hispanos que no hablan inglés son nacidos en el extranjero, en comparación con el 76% de los que indican hablar inglés menos que muy bien; solo el 19% de los hispanos nacidos en el exterior son competentes en inglés (Krogstad, Stepler y López 2015).

Entre los hispanos adultos que nacieron en el extranjero, el porcentaje de los que solo hablan inglés en casa, o que hablan inglés muy bien, solo ha aumentado ligeramente desde 1980, del 29% en 1980 al 32% en 2013. Los hispanos nacidos en el extranjero continúan siendo predominantemente hablantes de español.

**Figura 16** – Efecto de la edad, género, nivel de educación y lugar de nacimiento en la competencia en inglés para los hispanos. Fuente: Krogstad, Stepler and López 2015.

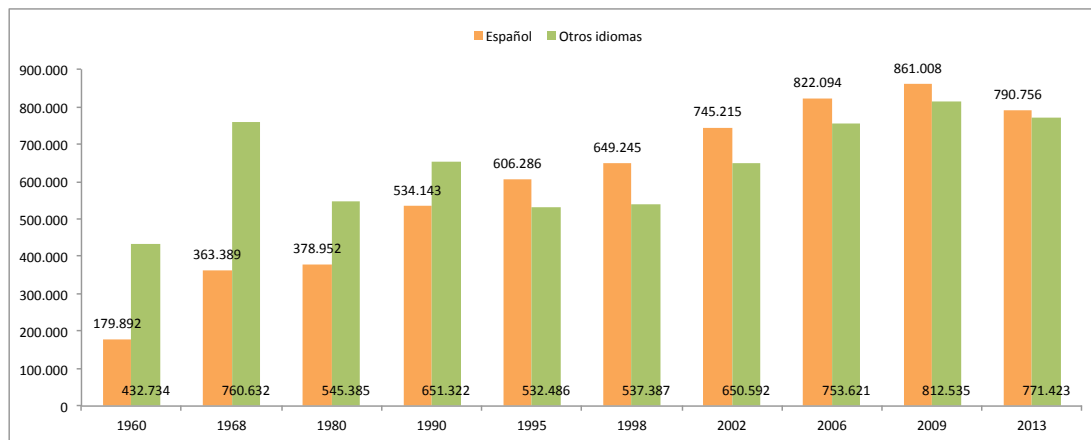


Por último, el tiempo de permanencia en los Estados Unidos es otro factor importante que influye en el uso del idioma inglés entre los hispanos. Datos del *Pew Research Center* muestran que los inmigrantes hispanos que residen durante mucho tiempo en los Estados Unidos tienen niveles más altos de

competencia en inglés, tanto entre adultos y niños (Krogstad, Stepler y López 2015)<sup>6</sup>.

### El estudio del español en los Estados Unidos

**Figura 17 – Matrículas de estudiantes de español en el nivel de pos-secundaria desde 1960 a 2013.** Fuente: Modern Language Association 2013.



32

Además de ser la segunda lengua más utilizada en los Estados Unidos, el español es el primer idioma más estudiado en el país en todos los niveles de estudio de otras lenguas. Según la Asociación de Lenguas Modernas, que realiza periódicamente una encuesta nacional sobre la matrícula y las tendencias de lenguas extranjeras, en 2013 el español seguía siendo el idioma más estudiado en las universidades de pregrado (tanto en instituciones de dos años como en instituciones de cuatro años) y en el nivel de estudios de posgrado, con una matrícula total de 790.756 estudiantes de español en los Estados Unidos. Aunque el estudio del idioma español se redujo por primera vez en la historia de la encuesta en 2013, la matrícula total de estudiantes de español excede el

<sup>6</sup> Para un desglose más detallado de dominio del inglés de los hispanos en los Estados Unidos, que se ve afectado por la edad, sexo, nacimiento, nivel de instrucción y la permanencia en los Estados Unidos, véase Steinmetz 2015.



número de alumnos matriculados en todos los demás idiomas, que sumados suponen 771.423 alumnos en 2013 (Modern Language Association 2013). La *Figura 17* muestra el número de inscripciones en cursos de idioma español en la pos-secundaria desde 1960 hasta 2013.

### 3. Panorama educativo

- Los estudiantes hispanos constituyen más del 25% de todos los estudiantes en la escuelas públicas en los Estados Unidos.
- Alrededor del 98% de los hispanos cree que la educación es un tema de algo o mucha importancia para los Estados Unidos hoy en día.
- La tasa de abandono escolar entre los hispanos ha disminuido drásticamente de un 34% en 2000 a un 14% en 2013. Sin embargo, la tasa de abandono escolar de los hispanos sigue siendo la más alta comparada con otros grupos raciales y étnicos.
- Entre los hispanos, los hombres en general y en especial aquellos de descendencia afro son menos propensos a contar con educación a nivel universitario.
- Alrededor del 46% de los hispanos eligen asistir a instituciones universitarias de dos años en lugar de instituciones de cuatro años.

33

A pesar de que los hispanos siguen siendo el grupo étnico y racial con menos probabilidades de alcanzar cada nivel de logro educativo, su desempeño educacional ha mejorado constantemente desde la década de 1970. Particularmente, los hispanos han tenido un progreso sustancial en los últimos años en la finalización de la escuela secundaria. La elevada tasa de abandono escolar de los hispanos ha disminuido drásticamente, las inscripciones en la universidad se han triplicado desde 1993 y hoy en día los hispanos son el grupo minoritario más grande en los campus universitarios de todo el país. En general, la importancia de la educación entre los hispanos es muy alta, según la Encuesta

Nacional de Latinos de 2013 realizada por el *Pew Research Center*: el 52% de los hispanos piensa que la educación es un tema «extremadamente importante» en el país, el 42% piensa que es «muy importante» y solo el 2% piensa que es «algo importante». Por lo tanto, aproximadamente el 98% de los hispanos en los Estados Unidos consideran que la educación tiene cierta importancia (*Pew Research Center 2015c*).

Los hispanos también son más propensos que el estadounidense promedio a creer que la educación universitaria es esencial para alcanzar el «sueño americano» (*The Economist 2015a*). En 2014, los hispanos clasificaron la educación como una preocupación principal de su comunidad, por encima de la atención a la salud y una reforma migratoria y al mismo nivel que la preocupación por el estado de la economía (Krogstad 2015). A pesar de la importancia dada a la educación, los hispanos siguen detrás de otros grupos raciales y étnicos en el rendimiento escolar. Los factores económicos se citan con frecuencia como la principal barrera para que los hispanos logren una educación superior; sin embargo, otros factores como el género y la raza también contribuyen a algunas diferencias en el nivel de educación entre los hispanos (Krogstad 2015).

34

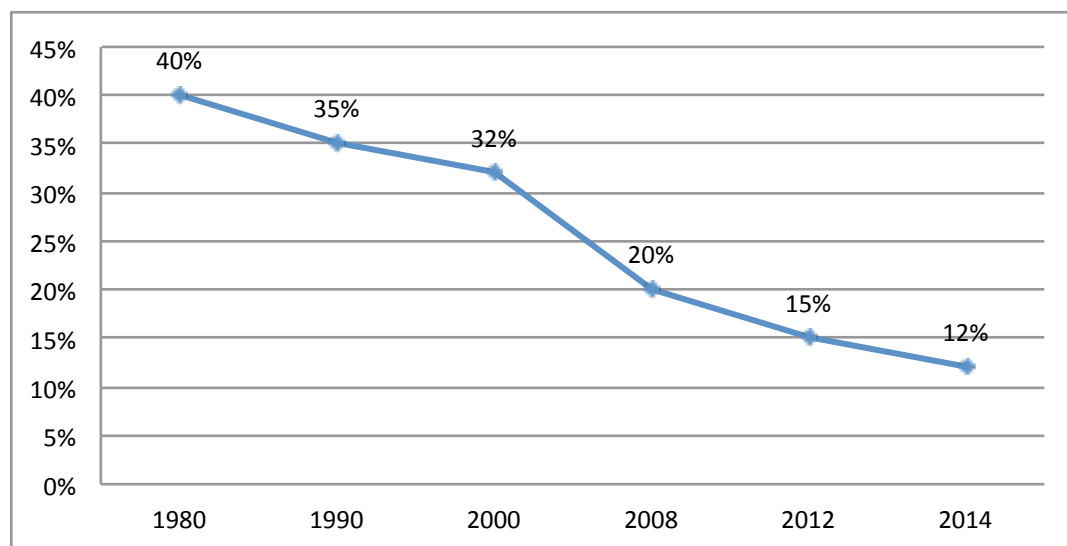
#### *Matriculación y finalización de la escuela primaria y secundaria*

En el nivel de escuela primaria y secundaria, el número de estudiantes hispanos matriculados ha aumentado continuamente durante los últimos 15 años. A partir de 2012, los estudiantes hispanos suponen más del 25% de todos los estudiantes en las escuelas públicas. Entre 2000 y 2012, el número de alumnos hispanos en las guarderías aumentó de 18,8% a 29% y el número de niños hispanos de *kindergarten* hispanos aumentó de 20,1% a 27%. También el número de estudiantes inscritos en la escuela primaria aumentó del 17,1% al 25% y el número de estudiantes hispanos de secundaria aumentó del 14,9% en 2000 al 23% en 2012. Esto demuestra que la demografía de las escuelas

públicas en los Estados Unidos está cambiando rápidamente a medida que un mayor número de estudiantes hispanos deciden matricularse (López y Fry 2013).

Sin embargo, a pesar del elevado número de matrículas, los hispanos terminan la escuela secundaria a un ritmo inferior que otros grupos étnicos y raciales. En 2014, aproximadamente un tercio (33,5%) de los hispanos de 25 años o mayores no había completado la escuela secundaria; esta es una cifra muy superior a la de otros grupos étnicos y raciales: solo el 6,9% de blancos no hispanos no ha completado la escuela secundaria (López y Fry 2013). Sin embargo, el número de jóvenes hispanos que abandonan la escuela secundaria ha disminuido considerablemente, aunque sigue siendo el más alto entre todos los grupos étnicos y raciales. En 2000, el 32% de los jóvenes hispanos había abandonado la escuela secundaria: en 2013 este porcentaje se redujo al 14% (López y Fry 2013; Krogstad 2015).

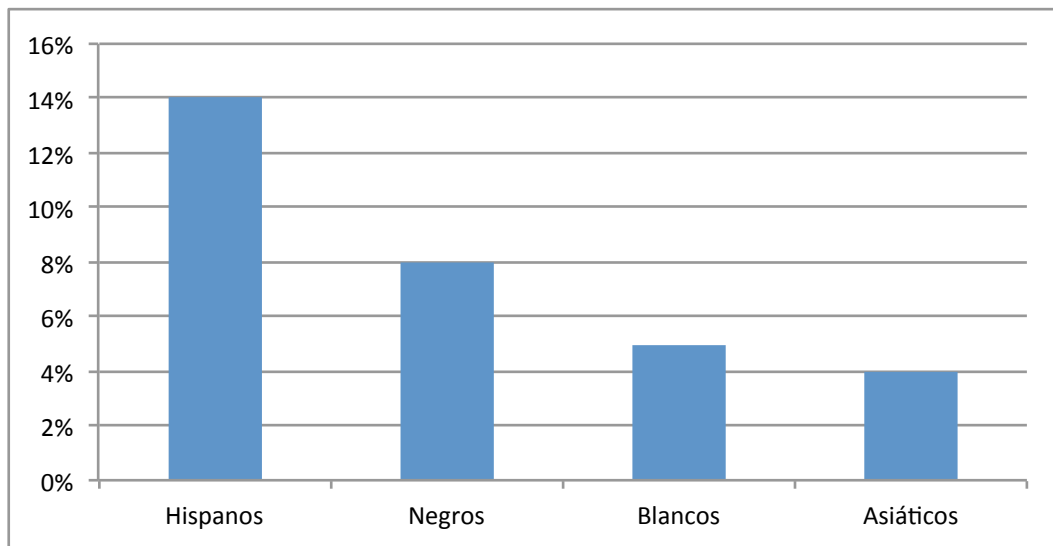
**Figura 18** – Porcentaje de hispanos de entre 19 y 24 años que no ha completado la escuela secundaria, desde 1980 a 2013. Fuente: López y Fry 2013; Krogstad 2015.



En 2013, la tasa de abandono escolar hispana alcanzó un mínimo histórico del 14% entre los jóvenes de 18 a 24 años. El *Pew Research Center* también

destacó que esto ha contribuido a reducir la tasa total de abandono escolar de los Estados Unidos de un 12% en 2000 a solo el 7% en 2013, lo cual es otro mínimo histórico. A pesar de estos avances, sin embargo, la tasa hispana de abandono escolar es aún mayor que la de los afroamericanos, los blancos y los asiáticos (Krogstad 2015). En 2015, el 66,7% de los hispanos de 25 años y más eran graduados de escuela secundaria, en comparación con el 93,3% de los blancos no hispanos, el 87% de los afroamericanos y el 89% de los asiáticos (Ryan y Bauman 2016). Entre los jóvenes hispanos, las razones expuestas con mayor frecuencia para el abandono de la escuela secundaria son: necesidad de proporcionar apoyo financiero a la familia (75%), falta de conocimiento del idioma inglés (50%) y la aversión a la escuela o la creencia de que no necesitan más educación (40%). La *Figura 19* muestra las tasas de abandono por raza y origen étnico en 2013.

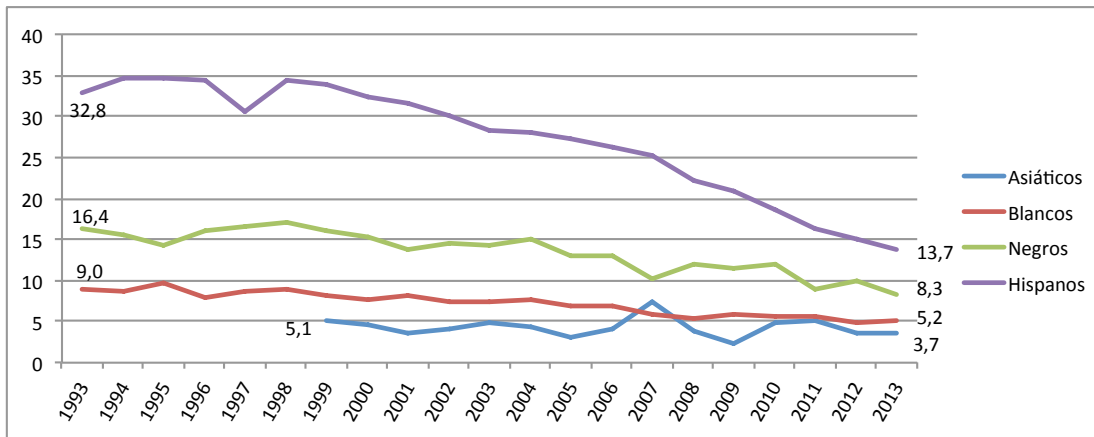
**Figura 19** – Porcentaje de abandono de la escuela secundaria, desglosado por raza y etnia en 2013. Fuente: Krogstad 2015.



La *Figura 20* refleja las tasas históricas de abandono escolar de la secundaria por raza y etnia desde 1993. Si bien los hispanos siguen teniendo más probabilidad de abandonar la escuela secundaria que cualquier otro grupo étnico

y racial, la tasa de abandono escolar hispana ha ido disminuyendo constantemente cada año.

**Figura 20** – Tasas históricas de abandono escolar de la secundaria, por raza y etnia, desde 1993. Fuente: U.S. Census Bureau s.a. d.



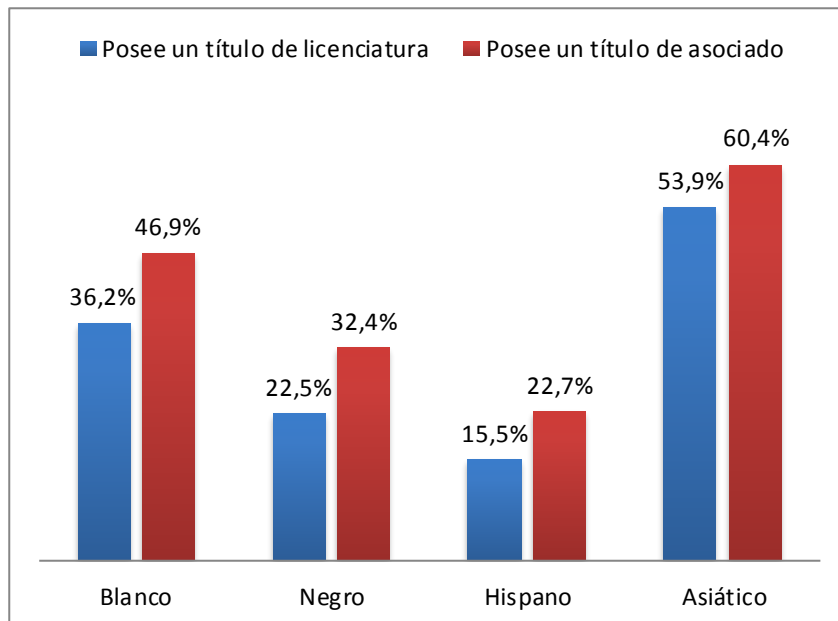
### Matriculación a nivel universitario

Además de la disminución constante de la tasa de abandono escolar, el porcentaje de hispanos graduados de preparatoria que se inscriben inmediatamente en la universidad ha aumentado del 49% en 2000 al 69% en 2012 (López y Fry 2013). El número de hispanos de 18 a 24 años inscritos en un programa de dos años o en una universidad de cuatro años se ha más que triplicado, pasando de 728.000 en 1993 a 2,2 millones en 2013. Esto ha hecho que los hispanos sea el grupo minoritario más grande inscrito en los campus universitarios de los Estados Unidos (Krogstad 2015).

Aunque los hispanos en su conjunto siguen detrás de otros grupos étnicos y raciales, están teniendo progresos constantes en la educación. En 2013, por primera vez, el porcentaje de hispanos que se gradúan de la escuela secundaria y que se inscriben en la universidad superó el porcentaje de los blancos (Krogstad 2015).

Los hispanos representan actualmente el 17,4% de la población en los Estados Unidos, aunque solo el 8% de los hispanos de 18 años o más tienen un título de licenciatura, lo que indica existe una importante desigualdad en el logro de educación avanzada. Sin embargo, los hispanos representan el 11% de los títulos de asociado de dos años concedidos en los Estados Unidos (U.S. Census Bureau 2015d).

**Figura 21** – Porcentaje de población hispana de 25 años y más que poseen una licenciatura o grado de asociado en 2015, desglosado por raza y etnia. Fuente: Ryan y Bauman 2016.



38

Al igual que en las escuelas primarias y secundarias, la población hispana está creciendo rápidamente en la universidad. En 2015, los hispanos eran el grupo minoritario más grande en universidades de cuatro años (Hispanic Association of Colleges and Universities 2015). En 2014, el 6,4% de los hispanos eran estudiantes universitarios o graduados, en comparación con el 5,9% de los blancos (U.S. Census Bureau 2014h). Casi la mitad (46%) de los estudiantes universitarios hispanos optaron por asistir a escuelas técnicas públicas de dos años, en oposición a un programa de licenciatura de cuatro años. Este es un

porcentaje mayor que para cualquier otro grupo racial y étnico. Entre los afroamericanos, el 34% asiste a programas de dos años, mientras que este porcentaje es del 32% para los asiáticos y del 30% para los blancos (Krogstad 2015).

**Tabla 6 – Porcentajes históricos de hispanos graduados con bachillerato, licenciatura y maestría.** Fuente: National Center for Education Statistics 2015.

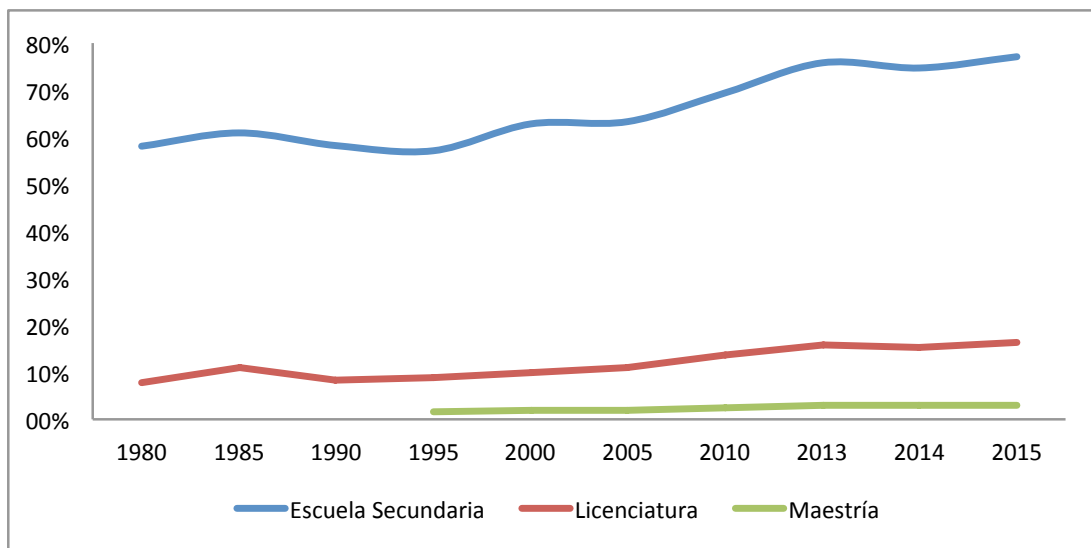
<b>Año</b>	<b>Educación secundaria</b>	<b>Licenciatura</b>	<b>Maestría</b>
1980	58,0%	7,7%	-
1985	60,9%	11,1%	-
1990	58,2%	8,1%	-
1995	57,1%	8,9%	1,6%
2000	62,3%	11,2%	2,1%
2005	63,3%	11,2%	2,1%
2010	69,4%	13,5%	2,5%
2013	75,8%	15,7%	3%
2014	74,7%	15,1%	2,9%
2015	77,1%	16,4%	3,2%

En general, las estadísticas de logro educativo han ido mejorando para los hispanos. De acuerdo con el *Pew Research Center*, para los jóvenes hispanos de 18 a 24 años de edad, su matriculación en universidades de cuatro años aumentó un 20% entre octubre de 2010 y octubre de 2011, de 1,0 millones a 1,2 millones. De hecho, la matrícula de los hispanos en programas de licenciatura de cuatro años en 2011 superó por primera vez las matrículas de los estudiantes afroamericanos (1,1 millones). Esto significa que, desde 2011, los hispanos son el grupo minoritario con mayor representación en los colegios y universidades de cuatro años (López y Fry 2012). En 2014, los hispanos representaban el 11,9% del total de jóvenes de 18 a 24 años de edad que se matricularon en la universidad. Por su parte, los afroamericanos ocupan el segundo lugar de las minorías con mayor representación en las universidades con un 7,9%. La tendencia es la misma en colegios de dos años; en 2011, los hispanos representaban el 25,2% del total de jóvenes de 18 a 24 años matriculados en universidades de dos y cuatro años, superando así las

inscripciones de estudiantes afroamericanos (908.000 estudiantes hispanos comparado con 564.000 estudiantes afroamericanos) (López y Fry 2012).

El número de jóvenes hispanos con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años inscritos en una universidad de cuatro o dos años se ha triplicado desde 1993. En 2013, 2,2 millones de hispanos se matricularon en universidades, comparado con 728.000 de hispanos inscritos en 1993, es decir, un aumento en la inscripción universitaria de los hispanos de un 201% (Krogstad 2015). Los estudiantes hispanos siguen siendo más propensos que otros grupos étnicos y raciales a asistir a una institución de dos años en lugar de a una institución de cuatro años. De hecho, el 47,1% (1.365.703) de los estudiantes universitarios hispanos asisten a instituciones de dos años en comparación con el 35,2% para todas las demás razas y etnias (Hispanic Association of Colleges and Universities 2015).

**Figura 22** – Logro educativo en cada nivel para hispanos de edades entre 25 y 29 años. Fuente: National Center for Education Statistics 2015.

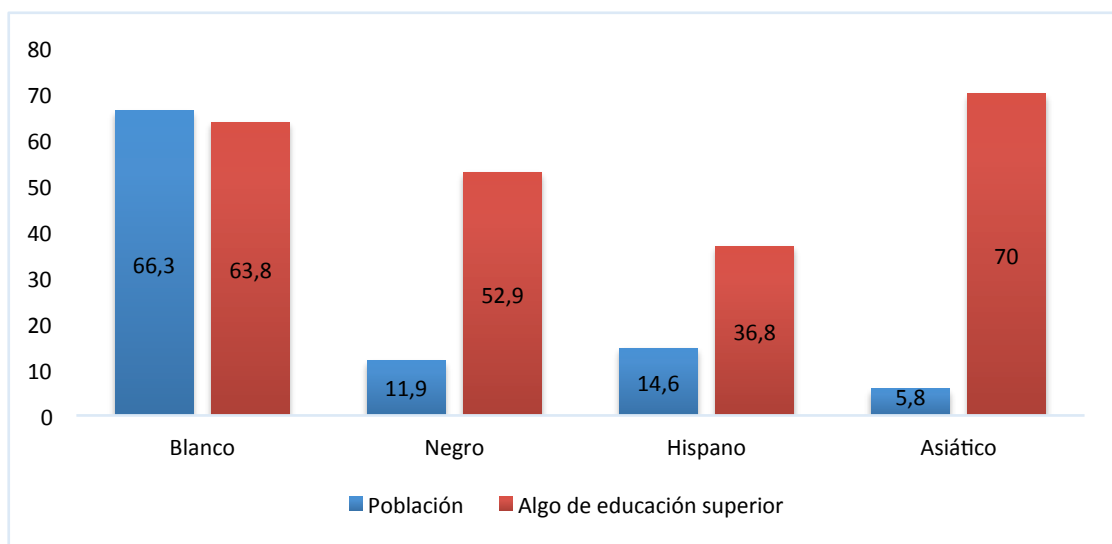


Junto a la rápida mejora de la tasa de graduación de la escuela secundaria, el número de estudiantes hispanos graduados con una licenciatura también está empezando a mejorar. Aunque el porcentaje de logro educativo se redujo



ligeramente en cada nivel en 2013 y 2014, aumentó de nuevo bruscamente en 2015. Por lo tanto, por el momento, no sería correcto asumir que existe una tendencia de declive; solo los datos de las encuestas de población futuras podrán arrojar luz sobre si hay o no un estancamiento o disminución en el logro educativo hispano.

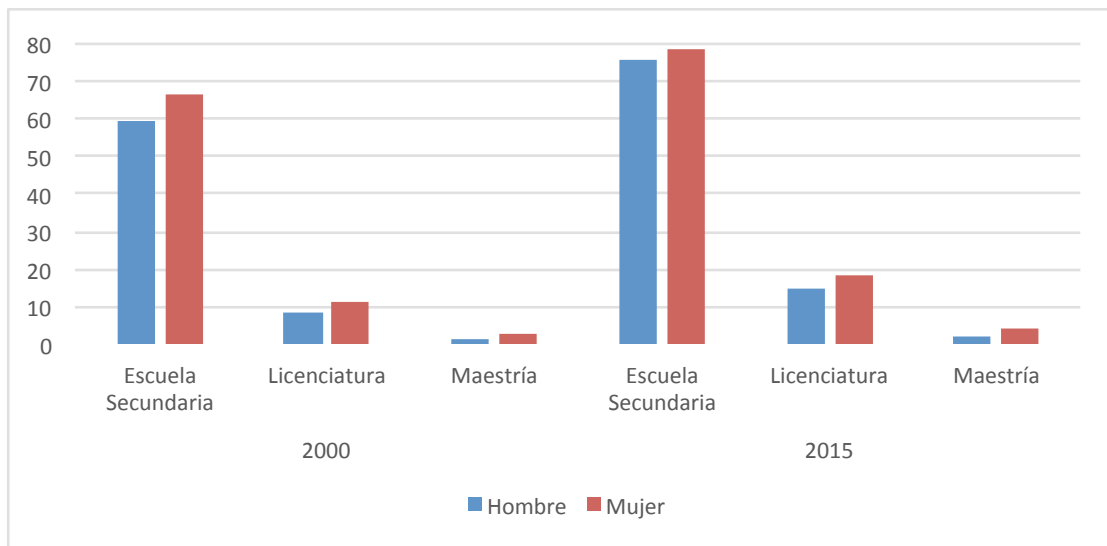
**Figura 23** – Porcentaje de hispanos, blancos, afroamericanos y asiáticos de 25 años o más con algo de estudios universitarios, comparado con el porcentaje de la población de cada raza o etnicidad en el país. Fuente: Ryan y Bauman 2016.



41

En general, los hispanos tienen el nivel de estudios más bajo de todos los grupos étnicos y raciales (Véase *Figura 23*). Según el *Pew Research Center*, esta brecha está causada probablemente por varios factores, incluyendo que los hispanos son menos propensos a inscribirse en universidades de cuatro años de licenciatura, tienden a asistir a universidades académicamente menos selectivas y son menos propensos a inscribirse a tiempo completo, lo cual puede hacer que sea más difícil y requiera más tiempo terminar un programa de grado (Krogstad 2015).

**Figura 24** – Logro educativo de hispanos de 25 a 29 años comparado por género desde 1980 a 2015. Fuente: National Center for Education Statistics 2015.



El género parece jugar un papel significativo en el nivel educativo de los hispanos. Los hombres latinos son menos propensos que las mujeres latinas a completar la escuela secundaria o grados superiores (National Center for Education Statistics 2013). En 2015, el 75,7% de los hombres latinos completaron la escuela secundaria, en comparación con el 78,6% de las mujeres latinas (National Center for Education Statistics 2015).

42

Al igual que en la escuela secundaria, las mujeres hispanas son más propensas que los hombres hispanos a completar una licenciatura o una maestría. Los datos más recientes del Censo de los Estados Unidos revelan que en 2015 el 14,5% de los hombres hispanos llevó a cabo una licenciatura, en comparación con el 18,5% de las mujeres hispanas, y el 2,3% de los hombres hispanos comparado con el 4,1% de las mujeres hispanas realizó una maestría. Estos porcentajes han variado poco desde el comienzo de la década actual (National Center for Education Statistics 2015).

Los hispanos son un grupo de razas diversas y, aunque muchos de ellos atan su ascendencia a su país de origen, otros también ligan su identidad a raíces indígenas, africanas y europeas. En 2014, el *Pew Research Center*, en su Encuesta Nacional de Latinos, descubrió que una gran minoría de hispanos se identifican como raza mixta (34%), indígena (25%), afro-latinos (24%), blancos (41%), y un 30% indica ser de raza hispana o latina (Pew Research 2015c).

Cuando se analiza a los hispanos según su ascendencia racial, los hispanos afroamericanos o afro-latinos tienen un nivel de educación más bajo que el resto de los hispanos. El número de hispanos que se identifican como afro-latinos es significativo. De acuerdo con el *Pew Research Center*, entre 2011 y 2014 aproximadamente un cuarto de la población hispana en los Estados Unidos dijo tener alguna ascendencia afro. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Latinos realizada en 2014 por el mismo centro, en general los afro-latinos son menos propensos a tener algo de educación universitaria, con un porcentaje del 24% comparado con el 37% para el resto de los hispanos (López y González-Barrera 2016).

43

#### 4. Tendencias económicas y socioeconómicas

- El poder adquisitivo de los hispanos en los Estados Unidos fue de 1,3 billones de dólares en 2015 y se espera que alcance los 1,7 billones de dólares en 2020.
- Los ingresos medianos per cápita de los hogares hispanos son inferiores a los de otras razas y etnias.
- El ingreso mediano para las mujeres hispanas es un 10% menor que el de los hombres hispanos. Sin embargo, las diferencias de remuneración por género entre los hispanos es menor que el porcentaje nacional (21%).

- Los hispanos tienen menos probabilidades que otros grupos raciales y étnicos de tener un seguro de salud.
- Entre los recién casados, las parejas con dos cónyuges hispanos declaran menores ganancias combinadas medianas que el resto de emparejamientos raciales y étnicos.

La creciente población hispana en los Estados Unidos influirá en gran medida en las tendencias económicas y socioeconómicas del país. Los hispanos, en general, son menos propensos a ser propietarios de sus hogares que otros estadounidenses y se vieron afectados con más fuerza que otros grupos raciales y étnicos por la crisis financiera de 2008 (*The Economist* 2015c). Sin embargo, los hispanos están ganando una parte creciente y considerable del poder adquisitivo y el poder político en los Estados Unidos, lo que afectará al mercado consumidor y a futuras campañas políticas. Para los hispanos, los niveles de ingresos han ido en aumento y la tasa de pobreza ha ido disminuyendo; sin embargo, siguen siendo más propensos que otros grupos raciales y étnicos a tener bajos ingresos económicos.

44

#### *Poder adquisitivo*

De acuerdo con el Centro Selig para el Crecimiento Económico, el poder adquisitivo de los hispanos en los Estados Unidos en 2015 fue de 1,3 billones de dólares, que es mayor que el PIB de México y similar al de España, los países de habla hispana más ricos del mundo. Se espera que el poder adquisitivo de los hispanos en los Estados Unidos siga creciendo y logre ser 1,7 billones de dólares en 2020 (Selig Center 2015).

El poder adquisitivo de los hispanos ha tenido un crecimiento del 461% desde 1990. En comparación, el poder adquisitivo total en los Estados Unidos, entre todas las razas, alcanzó los 12,2 billones de dólares en 2012, lo cual representa un incremento del 188% desde 1990. En 2012, el mercado hispanoamericano

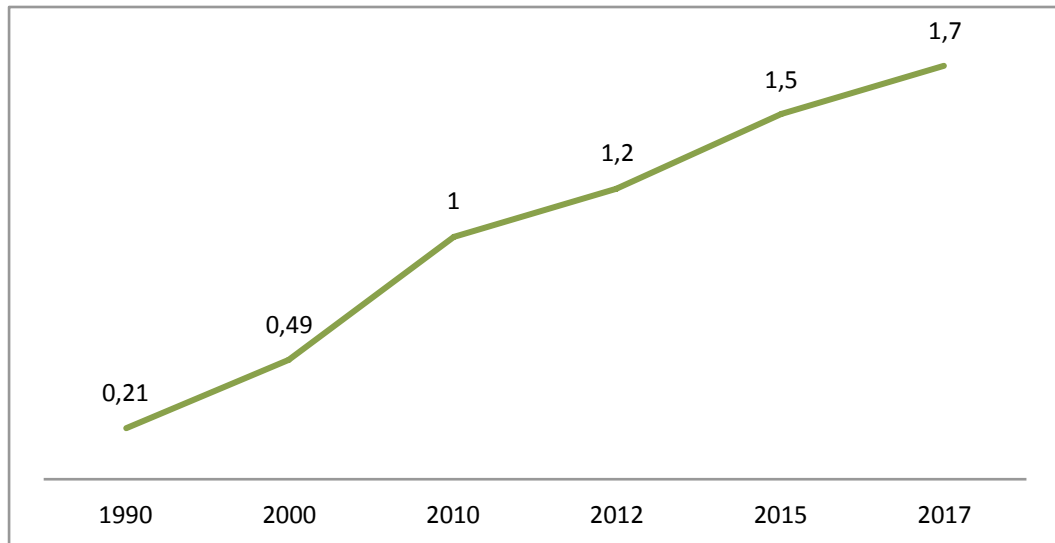
era más grande que las economías de todos menos 13 países en el mundo (Selig Center 2014).

En relación con las tendencias de consumo, los hispanos son más propensos a gastar sus salarios en productos de vida necesarios como alimentos y ropa; por el contrario, son menos propensos a gastar su dinero en servicios de salud, entretenimiento, seguros personales y artículos que no son de primera necesidad, como vehículos nuevos y tabaco (Thompson 2015).

Los hispanos y los asiáticos son responsables en buena manera del crecimiento del mercado consumidor en los Estados Unidos y se espera que también lo sean en el futuro (Selig Center 2015). El Informe Multicultural publicado por el Centro Selig en 2015 desglosa el poder adquisitivo de los hispanos en subgrupos. Los mexicanos y puertorriqueños, quienes constituyen la mayor parte de los hispanos en los Estados Unidos, tienen la mayor cuota de poder adquisitivo de los hispanos, el 56,8% y el 10,8% o 751.000 millones y 131.000 millones respectivamente. Los centroamericanos y sudamericanos siguen con 8,8% cada uno o 117.000 millones. Los cubanos, la población del Caribe más grande en los Estados Unidos tras los puertorriqueños, cuentan con un 5,3% o 70.000 millones de dólares en el mercado consumidor (Thompson 2015). La *Figura 25* muestra el poder de compra de los consumidores hispanos entre 1990 y 2017 (en billones de dólares). Los datos para 2017 son estimaciones.

45

**Figura 25** – Poder adquisitivo de los hispanos en los Estados Unidos, en billones de dólares, de 1990 a 2017 (estimaciones). Fuente: Selig Center for Economic Growth 2014.



### Ingresos y pobreza

Aunque los hispanos dicen estar cada vez más confiados en sus finanzas personales y ven mejores tiempos económicos por delante, un análisis detallado de las tendencias y al desempeño económico de los hispanos en los últimos años muestran pocas ganancias económicas para la comunidad hispana desde la crisis financiera que comenzó en 2008 (López, Morin y Krogstad 2016). Así, desde la llamada Gran Recesión, la actitud positiva de los hispanos hacia el estado de la economía ha aumentado un 17% y alrededor del 40% asegura que sus finanzas personales están en «excelente» o «buena» forma. Por su parte, la confianza del público estadounidense sobre la economía ha permanecido casi constante: un 43% en 2008 y un 47% en 2015 (López, Morin y Krogstad 2016).

46

Aunque la mediana de los ingresos per cápita de los hispanos ha aumentado constantemente desde 1980 (4.865 dólares en 1980, 14.483 dólares en 2005 y 16.677 dólares en 2013) al ajustarse por inflación, la mediana de los ingresos per cápita de los hispanos no se ha incrementado de manera significativa. Desde

la Gran Recesión de 2008, el ingreso medio de los hogares hispanos se ha estancado en alrededor de los 42.491 dólares de 2014, mientras que para otros hogares en la nación es de 53.700 dólares (U.S. Census Bureau s.a.b).

De manera similar, los niveles de pobreza no han cambiado sustancialmente en los últimos 35 años. En 1980, el 33,2% de los hispanos estadounidenses vivían en o por debajo del nivel de pobreza. En 1990, este porcentaje había aumentado al 38,4% (U.S. Census Bureau s.a.c). En 2014, el porcentaje de hispanos por debajo del nivel de pobreza fue del 23,6%, el nivel más bajo desde 2010. Sin embargo, esta tasa de pobreza está por encima de su nivel más bajo antes de la recesión de 2008 (el 20,6% en 2006). En general, los ingresos netos de los hogares hispanos siguen disminuyendo en porcentaje más que los de cualquier otro grupo racial: de 23.600 dólares en 2007 a 13.700 dólares en 2013. Los hispanos siguen detrás de otros grupos raciales, excepto los afroamericanos, en ingresos por hogar y tasa de pobreza. En 2014, los ingresos familiares y la tasa de pobreza eran de 74.297 dólares y el 12% para los asiáticos; de 60.256 dólares y el 10,1% para los blancos; de 42.491 dólares y el 23,6% para los hispanos; y de 35.398 dólares y el 26,2% para los afroamericanos (U.S. Census Bureau 2014i; U.S. Census Bureau 2014j).

47

La *Figura 26* refleja el porcentaje de hispanos que viven en o por debajo del nivel de pobreza desde 1980 a 2013. En general, la mediana de ingreso por cápita ha ido aumentando y la tasa de pobreza ha ido cayendo, a pesar de que a lo largo del tiempo han tenido lugar algunos retrocesos ocasionales.

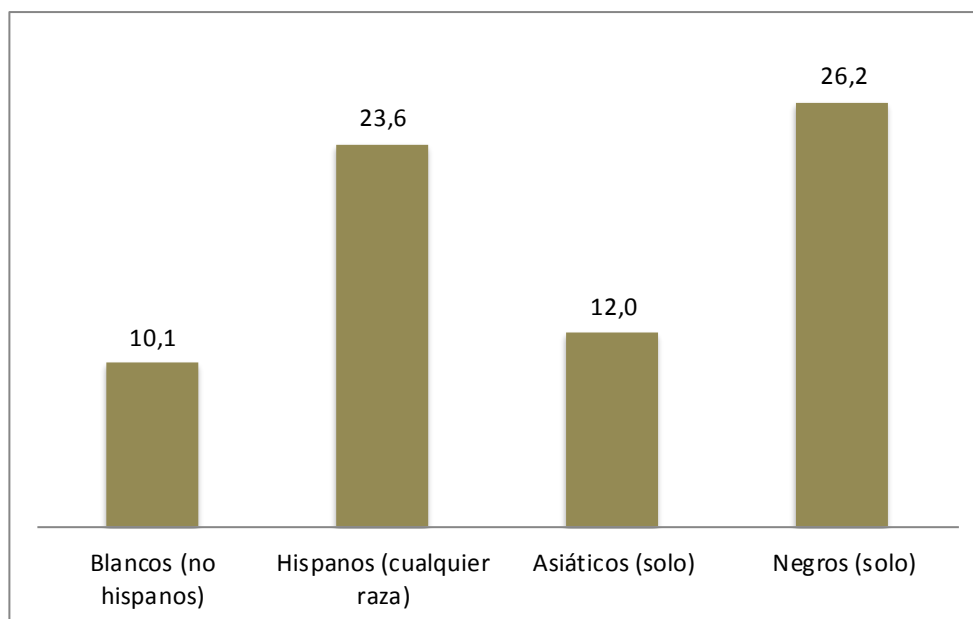
**Figura 26** – Porcentaje de hispanos en los EE.UU. en o por debajo del nivel de pobreza desde 1980 a 2014. Fuente: U.S. Census Bureau 2014k.



Aunque la mediana del ingreso per cápita ha aumentado entre los hispanos desde 1980, aún permanece por debajo de otros grupos raciales y étnicos en los Estados Unidos. La *Figura 28* muestra la mediana de los ingresos por raza y origen étnico. Los hispanos tienen la mediana per cápita y el promedio de ingresos más bajos de todos los grupos raciales: su ingreso promedio es comparable al de los afroamericanos y es cerca de 10.000 dólares más bajo que el ingreso promedio de los blancos y asiáticos. En 2014, el número total de hispanos que vivían por debajo del nivel de pobreza fue de 13,1 millones (U.S. Census Bureau 2014k).

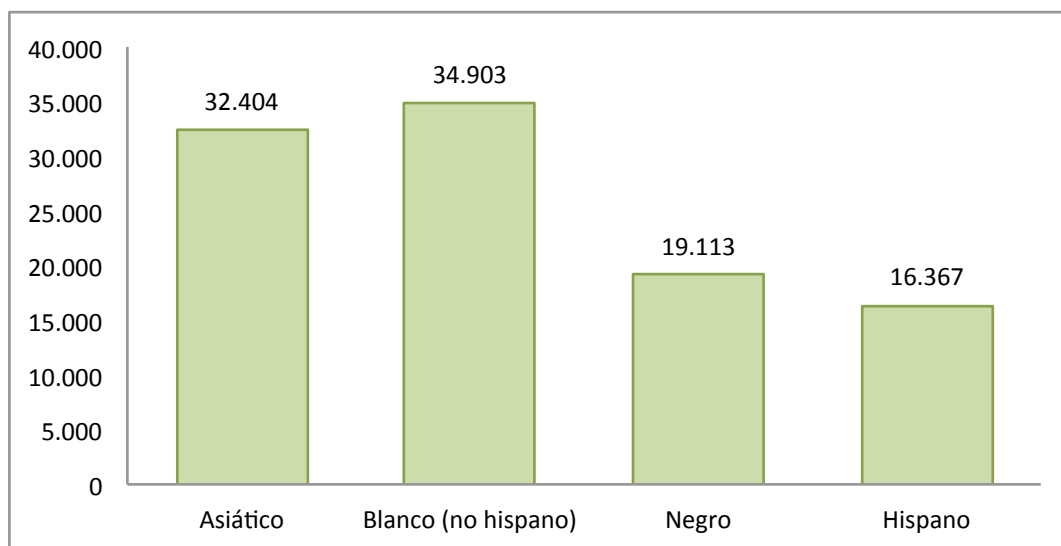


**Figura 27** – Porcentaje de ciudadanos por debajo del nivel de pobreza desglosado por raza y etnia en 2014. Fuente: U.S. Census Bureau 2014k.

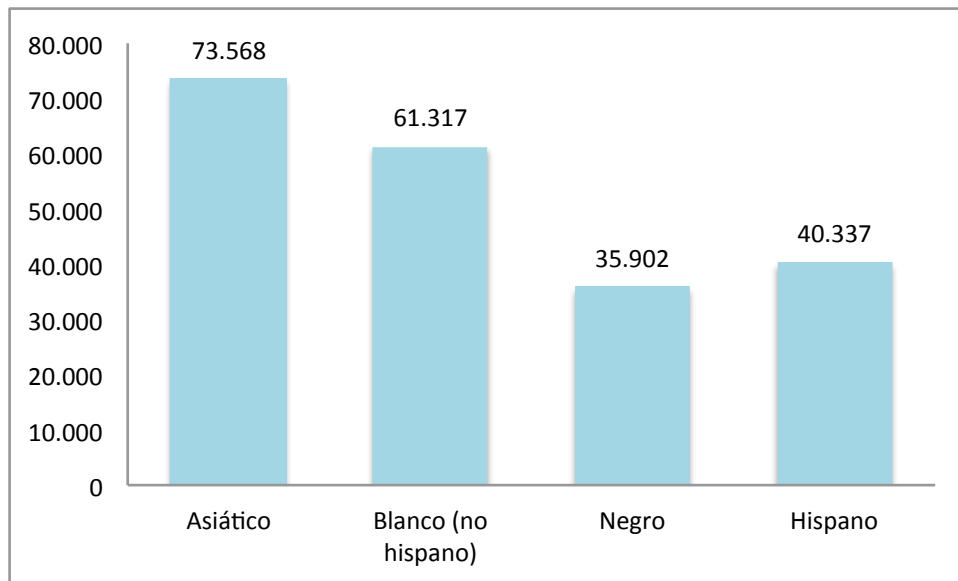


**Figura 28** – Ingreso mediano por cápita desglosado por raza y etnia en 2014. Fuente: U.S. Census Bureau (s.a. g).

49



**Figura 29** – Ingreso por hogar desglosado por raza y etnia en 2014. Fuente: U.S. Census Bureau (s.a. g).



Al igual que los factores de educación y la competencia lingüística, el lugar de nacimiento tiende a afectar las posibilidades de trabajo y de ingresos de los hispanos. En promedio, los jóvenes latinos nacidos en el extranjero viven en hogares con ingresos más bajos que los de padres nacidos en el país. Los hispanos nacidos en el extranjero son más propensos que los nacidos en los Estados Unidos a vivir en la pobreza (*Pew Research Center 2009*). Los jóvenes latinos nacidos en el extranjero de edades comprendidas entre 16 y 25 años tienen más probabilidades que sus contrapartes nacidas en los Estados Unidos de ser empleados en ocupaciones de baja cualificación, un 52% frente a un 27% respectivamente. Los jóvenes hispanos nacidos en el país también se dispersan de manera más amplia en todas las ocupaciones, tanto de baja como de mayor cualificación. Al igual que los jóvenes, los adultos hispanos también son propensos a trabajar como mano de obra poco cualificada y sus ingresos son bajos. En 2015, los hispanos adultos tenían la mitad de probabilidad que los adultos blancos de trabajar como gerentes o profesionales (*The Economist 2015c*). Los jóvenes latinos son más propensos que los jóvenes de otras razas y

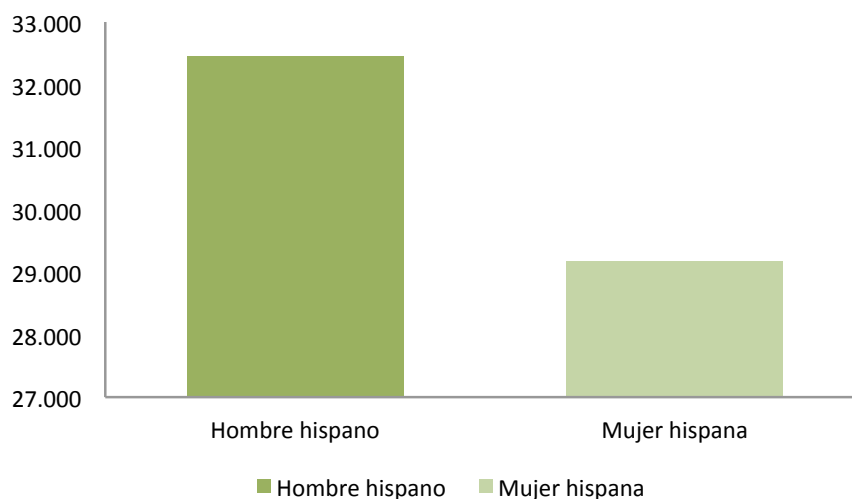
etnias a vivir en familias con ingresos por debajo del nivel de pobreza nacional (Pew Research Center 2009).

Por otra parte, los hispanos tienen el doble de probabilidades (30%) que los blancos (16%) y los afroamericanos (17%) de decir que la búsqueda de información sobre trabajo, carrera profesional y educación es difícil. Los hispanos nacidos en el extranjero tienen más posibilidades de tener problemas para encontrar esta información (42%) en comparación con los hispanos nacidos en los Estados Unidos (18%). Los latinos también son más propensos a tener dificultades para averiguar datos de programas de ayuda y beneficios del gobierno (35%) (Brown y López 2015). La dificultades para localizar información sobre trabajo, carrera profesional y educación hacen que sea más difícil para los latinos aprovechar de manera efectiva los programas del gobierno que pueden ayudar a mejorar al bienestar de sus familias.

### Brecha salarial de género

51

**Figura 30** – Ingreso promedio de los hispanos en 2014, según el género. Fuente: U.S. Census Bureau (s.a. e).



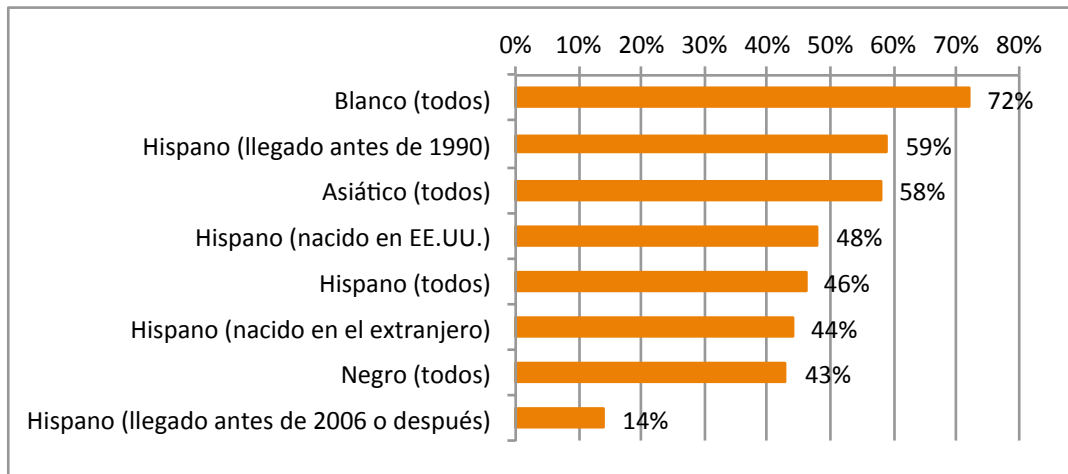
De manera similar a la tendencia nacional, las mujeres hispanas también tienden a ganar menos que los hombres hispanos. En 2014, el ingreso medio para las mujeres hispanas de 16 años o más que trabajaban a tiempo completo era un 10% inferior al ingreso de los hombres hispanos, 32.450 dólares frente a 29.173 dólares (U.S. Census Bureau s.a. d). Sin embargo, la brecha salarial de género para los hispanos (10%) es significativamente menor que la nacional, donde las mujeres ganan un 21% menos que los hombres (U.S. Census Bureau s.a. e).

#### *Propiedad de la vivienda*

Otro indicador interesante de la fuerza económica es la tasa de propiedad de la vivienda. De acuerdo con datos proporcionados por el *Pew Research Center*, el 46% de los hogares encabezados por hispanos son ocupados por sus propietarios, en comparación con el 72% de los hogares de blancos, el 58% de los hogares de asiáticos y el 43% de los hogares de propietarios afroamericanos (Krogstad y López 2014). La tasa de propiedad de la vivienda es ligeramente superior entre los hispanos nacidos en el país que en las familias de inmigrantes, un 48% y un 44%, respectivamente (Krogstad y López 2014).

52

**Figura 31** – Tasas de propiedad de la vivienda por raza y origen étnico<sup>7</sup>. Fuente: Krogstad y López 2014.



La tasa de propiedad de la vivienda es también mayor entre hispanos que han vivido en el país durante más tiempo. Así, entre los hispanos que llegaron a los Estados Unidos antes de 1990, el 59% son propietarios de viviendas, en comparación con el 14% de los que llegaron en 2006 o posteriormente (Krogstad y López 2014). La *Figura 31* muestra la propiedad de viviendas por raza y origen étnico.

53

Los hispanos nacidos en los Estados Unidos son aproximadamente un 10% menos propensos que los asiáticos a poseer su casa propia; sin embargo, tienen un 5% más de probabilidad de vivir en casa propia que los afroamericanos. Entre los hispanos nacidos en el extranjero y el promedio de todos los hispanos, la propiedad de la vivienda es ligeramente superior al promedio para los afroamericanos; sin embargo, los hispanos que han llegado recientemente a los Estados Unidos son el grupo racial y étnico con la menor probabilidad de tener un hogar propio.

<sup>7</sup> Hispanos desglosados por lugar de nacimiento y cantidad de tiempo en los Estados Unidos.

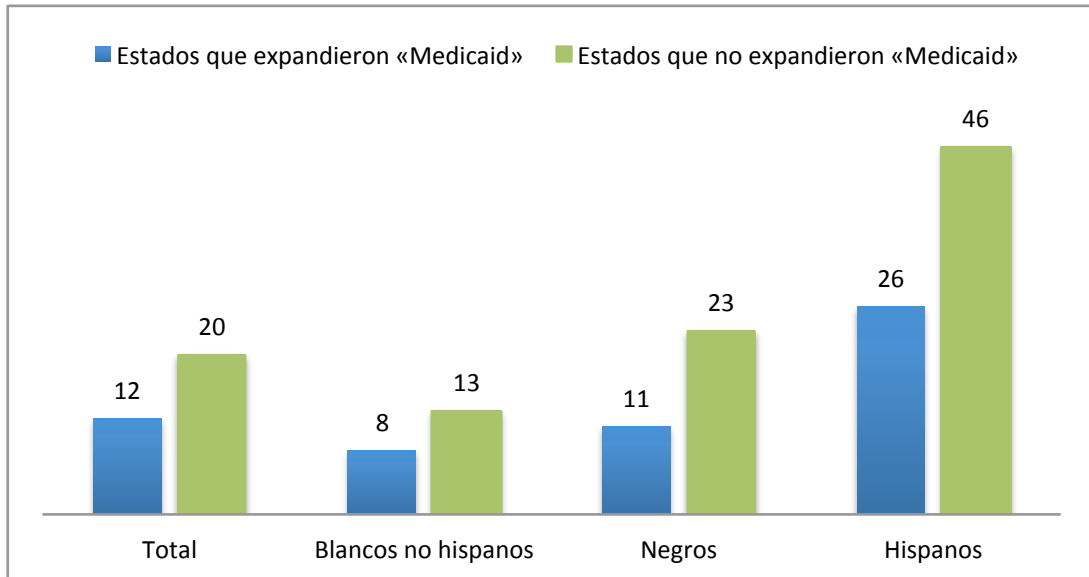
Tener un seguro de salud es también un buen indicador de la situación económica. La encuesta bienal de seguros de salud del Commonwealth Fund descubrió que los hispanos continúan teniendo las tasas más altas de personas sin seguro entre las minorías raciales y étnicas en los Estados Unidos. Casi la mitad de los hispanos permanecen sin seguro de salud en los estados que no han expandido el servicio de *Medicaid* desde la aprobación de la Ley de Asistencia Médica Asequible en 2010 (Doty, Beutel, Rasmussen y Collins 2015).

La alta tasa de hispanos sin seguro médico se debe en parte a la gran proporción de latinos indocumentados que reside en los Estados Unidos. Sin embargo, la mayoría de los hispanos en el país son inmigrantes legales o nacidos en los Estados Unidos. Por lo tanto, la tasa desproporcionada de hispanos sin seguro médico se debe a otras razones. Uno de los motivos principales es que gran parte de los hispanos residen en estados que no han ampliado su programa de *Medicaid*, por ejemplo, Texas y Florida, que en conjunto comprenden a unos 15 millones de latinos. El porcentaje de adultos entre 19 y 64 años que no tenían seguro antes de julio de 2014 en los estados que sí han expandido *Medicaid* era de un 24%, mientras que la tasa de latinos sin seguro médico en los estados que no han ampliado *Medicaid* era casi el doble, un 46% (Doty, Beutel, Rasmussen y Collins 2015).

54

El Fondo Commonwealth describe la demografía de los hispanos sin seguro, que en su mayoría son hombres (59%); gran parte posee menos de un grado de secundaria (47%), casados y con hijos (45%), y hablan predominantemente español (74%) o puede hablar inglés solo un poco o nada en absoluto (79%) (Doty, Beutel, Rasmussen y Collins 2015).

**Figura 32** – Porcentaje de hispanos sin seguro médico en Estados Unidos por expansión o no del Medicaid en los estados en comparación con otros grupos raciales y étnicos en 2014. Fuente: Doty, Beutel, Rasmussen y Collins 2015.



Estas estadísticas recientes coinciden con las cifras finales de 2012, cuando el *Pew Research Center* informó, tras el análisis de los datos del censo nacional, que los hispanos son el grupo étnico y racial con menos probabilidad de estar cubierto por un seguro médico.

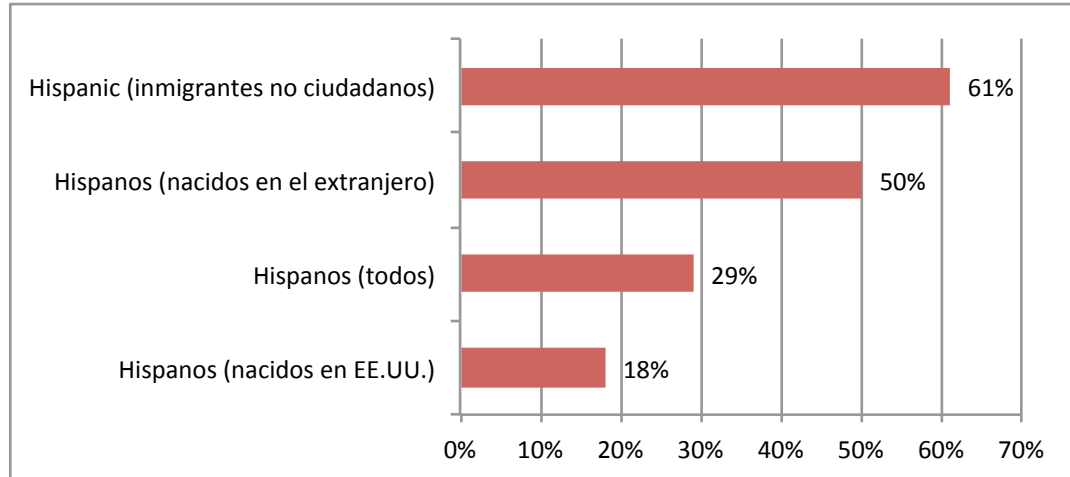
55

En 2012, casi el 29% de los hispanos carecía de seguro, comparado con el 18% de afroamericanos, el 15% de los asiáticos y el 11% de los blancos (Krogstad y López 2014). En 2014, este porcentaje descendió al 23,4%. Dentro de los 12,8 millones de hispanos sin seguro, la mayoría (3,3 millones) son hombres y mujeres con edades de entre 25 a 34 años. Este rango de edad prolifera entre los inmigrantes hispanos, tanto en legales como en indocumentados (U.S. Census Bureau s.a.f). Teniendo en cuenta el elevado número de hispanos sin seguro con estas edades y también el hecho de que la mayoría de los latinos sin seguro son varones (que también suponen la gran mayoría de los inmigrantes), no es irracional asumir que gran parte de los latinos sin seguro pueden ser inmigrantes, los más vulnerables de la población. Esta carga económica que

puede caer entre los más pobres de la población hispana se hace más evidente cuando se tiene en cuenta que los problemas de acceso relacionados con los costos y problemas de facturas indicados son significativamente mayores entre los hispanos sin seguro médico (38%) comparado con los hispanos asegurados (28%) (Doty, Beutel, Rasmussen y Collins 2015).

Al igual que con la propiedad de la vivienda, las tasas de cobertura de seguro de salud se ven afectadas en gran medida por el lugar de nacimiento. Entre los que hispanos que nacieron en el extranjero, aproximadamente el 50% carecían de seguro de salud en 2012. Solo el 18% de los hispanos nacidos en el país no tenían seguro de salud. Entre los hispanos que son inmigrantes pero que no son ciudadanos americanos, la proporción de quienes carecen de seguro de salud fue incluso más alta, el 61% (Krogstad y López 2014).

**Figura 33** – Porcentaje de hispanos por lugar de nacimiento y estatus migratorio sin seguro médico en 2012. Fuente: Krogstad y López 2014.



### Matrimonio

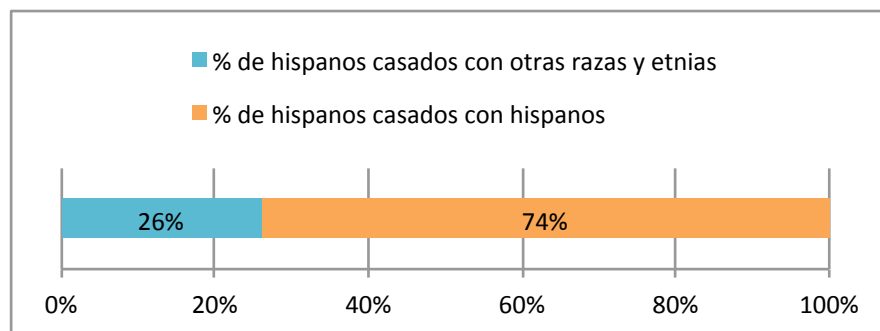
El matrimonio tiene el potencial de influir tanto en la identidad hispana como en las características económicas de la familia. De acuerdo con el Censo de los Estados Unidos, en 2014, los miembros del 61,6% de los hogares de familias hispanas estaban casados. Este porcentaje está por debajo del promedio



nacional (73,3%). El porcentaje de hogares hispanos conformados por parejas casadas y con hijos menores de 18 años era un 16,6% superior al promedio nacional (40,1%). También el porcentaje de parejas hispanas casadas y con hijos menores de 18 años en las cuales ambos cónyuges trabajan es significativamente inferior a la media nacional, un 46% en los hispanos comparado con 59,7% para el resto de la nación (U.S. Bureau 2015e). En general, estas cifras significan que hay más jóvenes menores de edad en los hogares hispanos y menos parejas casadas y con empleos. En conjunto, estas cifras muestran que las familias hispanas son económicamente menos estables.

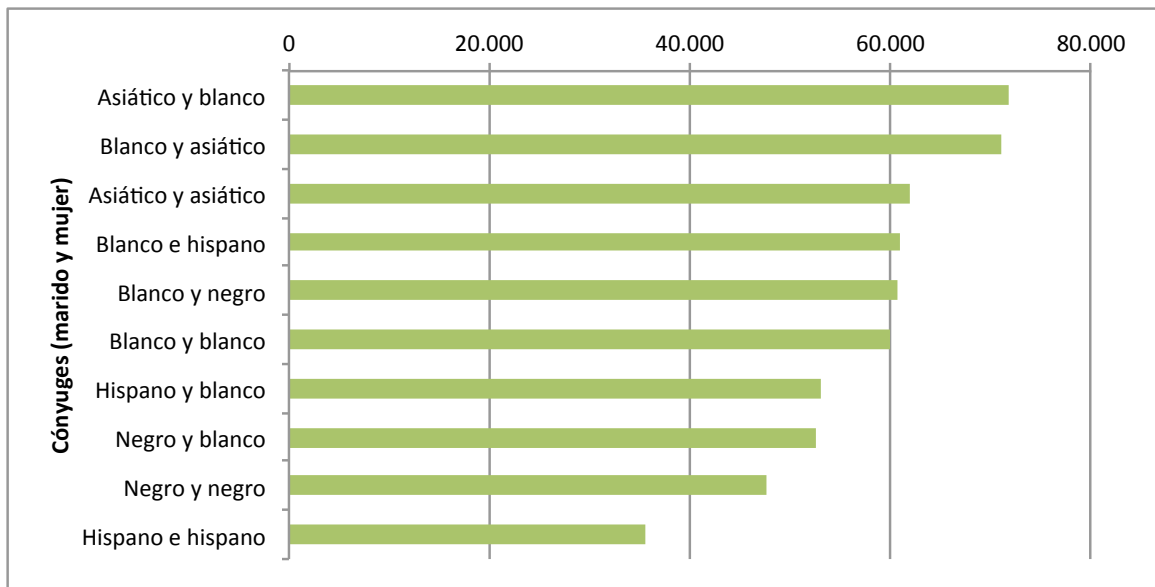
Además, la composición étnica o racial de los matrimonios es otro factor importante que influye en la identidad. Los matrimonios entre grupos étnicos y raciales proliferan entre los hispanos. Los hispanos son el tercer grupo más propenso a matrimonios mixtos, después de los asiáticos (28%) y los indios americanos (56%) (Wang 2015). A medida que un número creciente de hispanos nacidos en Estados Unidos llega a la edad mínima para contraer matrimonio, puede ser más probable que un mayor número de hispanos se case con miembros de otros grupos raciales o étnicos, alterando así aún más cómo sus descendientes se ven a sí mismos y cómo se identificarán las generaciones futuras (Krogstad 2014).

**Figura 34** – Proporción de hispanos que se casan con alguien no hispano en el 2010. Fuente: Wang 2012.



Por último, el matrimonio también puede afectar al bienestar económico de los hogares hispanos. Un análisis de los ingresos combinados para los recién casados por raza muestra que las parejas con un marido asiático y una mujer blanca tienen el ingreso promedio combinado más alto, 71.800 dólares. Entre los matrimonios hispanos, la mediana de los ingresos combinados tienden a ser más alta para parejas con un marido blanco y una mujer hispana, 60.990 dólares. Las parejas con un marido hispano y mujer blanca tienen unas ganancias combinadas medianas de 53.000 dólares. Las parejas con dos cónyuges hispanos tienen la ganancia combinada mediana más baja de todos los grupos étnicos y raciales, un total de 35.578 dólares.

**Figura 35** – Ingresos promedio combinados para los recién casados, por etnia/raza de los cónyuges, en 2010. Fuente: Wang 2012.



58

## 5. Política

- Entre los votantes elegibles, el número que acude a votar es significativamente menor en los hispanos que en otros grupos raciales y étnicos.

- Los hispanos tienen mayor peso en las elecciones presidenciales y menos peso en las elecciones para el Senado y la Cámara de Representantes.
- Los jóvenes y adultos de la Generación del Milenio constituyen casi la mitad (44%) de los votantes latinos en 2016.
- El número de votantes hispanos elegibles ha crecido un 70% desde 2008. En 2016 habrá 27,3 millones de votantes hispanos.
- Más de la mitad de los hispanos viven en solamente 65 de los 435 distritos del Congreso de Estados Unidos.

#### *Contexto de la política latina en los Estados Unidos*

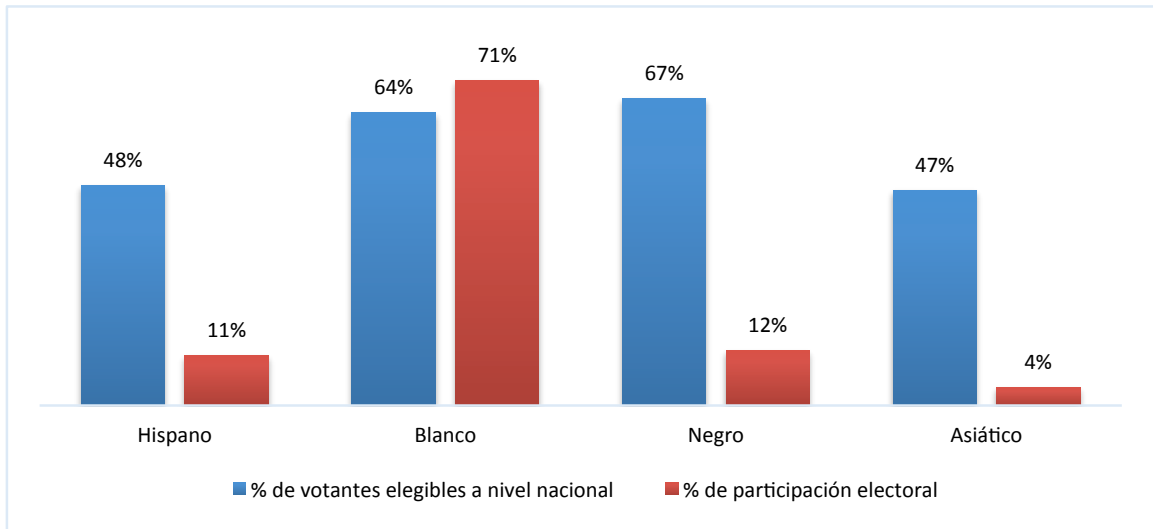
Alrededor de 55 millones de hispanos viven en los Estados Unidos, un 17,4% de la población del país. Debido a su creciente número, los hispanos tienen el potencial de convertirse en una importante fuerza política. En los últimos años, varios políticos han reconocido la relevancia creciente del voto hispano y han tratado de conectar con este electorado, por ejemplo, estudiando español o hablando en español durante mítines políticos (Banco 2013). El número de votantes hispanos ha aumentado un 70% desde 2008, de 19,7 millones a 27,3 millones en 2016 y se espera que su relevancia siga en aumento. El *Pew Research Center* estima que el electorado hispano casi se duplicará para el año 2030 (Taylor, Gonzales-Barrera y Passel 2012).

59

Para determinar la influencia electoral de los hispanos es necesario, en primer lugar, analizar cuántos de ellos son votantes elegibles, es decir, tienen derecho al voto. Para las elecciones presidenciales de 2016, 27,3 millones de latinos son votantes elegibles de acuerdo a las proyecciones del *Pew Research Center* (Krogstad 2016). Esto supone un incremento de cuatro millones sobre la cifra de 2012 (23,3 millones), el porcentaje más alto comparado con otros grupos raciales y étnicos (un 17% frente al 16% para los asiáticos, el 6% para los afroamericanos y el 2% para los blancos, Krogstad 2016a). La Figura 26 recoge

el porcentaje de la población total de los Estados Unidos que representa cada grupo étnico o racial y el porcentaje de votantes elegibles de cada una de esas razas o etnias sobre el total.

**Figura 36** – Porcentaje de votantes elegibles y participación en las urnas en las elecciones presidenciales de 2012, desglosado por raza y etnicidad. Fuente: Krogstad 2016a.



60

Existen dos factores que pueden explicar esta circunstancia. Por un lado, la juventud característica de la población hispana, el grupo demográfico más joven en los Estados Unidos (Patten 2016). Esto hace que el 28% de los hispanos-estadounidenses sean demasiado jóvenes para votar (frente al 22% de los blancos), pero, a la vez, es una de las razones del incremento de votantes elegibles, ya que desde 2012 un total de 3,2 millones de jóvenes hispanos han alcanzado la mayoría de edad para votar. Por otra parte, hay que prestar atención al porcentaje de hispanos con la ciudadanía estadounidense. Si bien solo el 69% de los hispanos mayores de 18 años son ciudadanos de los Estados Unidos, tanto las naturalizaciones como el hecho de que cada vez más hispanos sean nacidos en Estados Unidos y no inmigrantes hará que se incremente el número de hispanos con la ciudadanía.

Actualmente, a pesar de que los hispanos representan el 17% de la población total, solo son el 11% de la población con derecho a voto (Cohn 2014). Más de la mitad de los hispanos no son elegibles para votar por las razones señaladas: bien porque son menores de edad, bien porque no son ciudadanos estadounidenses. Se trata de un porcentaje sorprendente en comparación con otros grupos, ya que en 2016 solo el 20% de los blancos, el 28% de los afroamericanos y el 44% de los asiáticos no son elegibles para votar por las mismas razones (Krogstad, López, Passel y Patten 2016).

Un segundo elemento al que hay que prestar atención son las cifras de registro de votantes hispanos. Un total de 13,7 millones de hispanos declaró haberse registrado para votar en las elecciones presidenciales de 2012 (López y González-Barreda 2013), un 18% más que en 2008. Conscientes de la relevancia de registrarse como votantes, agrupaciones como «Diles que voten», el *National Council of La Raza* o medios de comunicación como Telemundo han puesto en marcha campañas que tratan de concienciar a los hispanos sobre la importancia de su voto y difunden información sobre el procedimiento y las fechas para registrarse en cada estado<sup>88</sup>.

Por último, resulta de especial interés analizar las cifras de participación de los hispanos. En 2012, de los 23,3 millones de votantes elegibles, acudió a las urnas un 48%, 11,2 millones, frente al 66,2% de los afroamericanos y el 64,1% de los blancos (Cohn 2014). Solo los asiáticos registraron una participación ligeramente inferior (47%) a la hispana. Esos 11,2 millones de votantes representan el 81,7% de los registrados (13,7 millones, el 58,8% de los votantes elegibles), por lo que se experimentó un descenso desde el 84% de las elecciones presidenciales de 2008 (López y González-Barreda 2013). Uno de los elementos que más incertidumbre introduce en la participación hispana del 8 de noviembre de 2016 es el comportamiento de la llamada Generación del Milenio

---

<sup>88</sup> Más información en [www.dilesquevoten.org](http://www.dilesquevoten.org)

o *millennials* (nacidos desde 1981, edades de entre 18 y 35 años), ya que registran los porcentajes de participación más bajos tanto entre los grupos de *millennials* de las diferentes razas como entre toda la población hispana. Casi la mitad de los votantes hispanos (44%) son parte de esta generación.

Un 37,8% de los *millennials* hispanos acudieron a las urnas en las elecciones presidenciales de 2012, en comparación con el 55% de los *millennials* afroamericanos y el 47,5% de los blancos, y solo es ligeramente superior a la participación de los *millennials* asiáticos, con un 37,3% (Krogstad, López, Passel y Patten 2016). De la misma forma, los jóvenes de la Generación del Milenio tuvieron la participación más baja de todos los grupos de edad hispanos, un 37,8% en comparación con el 49,5% de los hispanos de la Generación X (nacidos entre principios de los 60 y principios de los 80), un 57,1% de los hispanos *baby boomers* (personas nacidas inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y 1965 aproximadamente), y un 59,2% de los hispanos de la Generación Silenciosa (nacidos entre la década de 1920 y la de 1940).

62

Una de las principales incertidumbres durante la campaña electoral de 2016 ha estado en saber si la participación hispana superará el 50% de los votantes elegibles. Esto solo ha sucedido en una ocasión en los últimos años, en 1992, con George H. W. Bush, Bill Clinton y el independiente Ross Perot como candidatos (Valdés 2016).

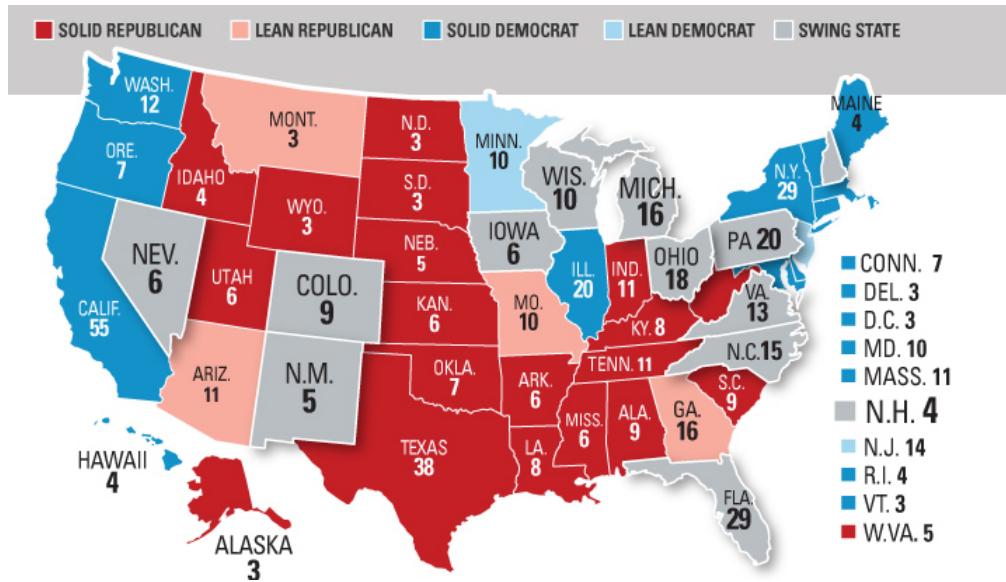
#### *Elecciones presidenciales y legislativas*

El voto latino en los Estados Unidos parece tener más peso en las elecciones presidenciales que en las elecciones legislativas del Congreso y el Senado, un hecho relevante para la política estadounidense. Un elemento fundamental en esta diferencia viene dado por los sistemas electorales que se utilizan para elegir al presidente de los Estados Unidos y a los senadores y congresistas.

Las elecciones para elegir el Senado y la Cámara de Representantes de los Estados Unidos funcionan con un sistema de voto popular. El sistema es diferente en las elecciones presidenciales, en las que el Colegio Electoral es la institución fundamental. Los votantes eligen a un número determinado de electores en cada uno de los estados (más el distrito de Columbia), que suman en total 538, y ellos son los que eligen al presidente del país. La cifra de electores asignada a cada estado no se reparte de forma proporcional entre los candidatos según el voto recibido, sino que se trata de un sistema mayoritario: el ganador en voto popular obtiene todos los electores del estado correspondiente.

Por otra parte, existen estados tradicionalmente demócratas y otros tradicionalmente republicanos en los Estados Unidos que difícilmente cambian el sentido de su voto. Son otro tipo de estados, los denominados *swing states* (indecisos o competitivos) los que se convierten en el escenario de la batalla electoral cada cuatro años, ya que un puñado de votos puede suponer decenas de electores para uno u otro candidato. La Figura 37 muestra el número de electores asignados a cada estado y, a su vez, los estados tradicionalmente demócratas, los tradicionalmente republicanos y los *swing states*.

**Figura 37** – Número de votos electorales por estado y clasificación por competitividad entre partidos. Fuente: USA Today Research.



Para comprender la influencia de los latinos en las elecciones presidenciales es esencial analizar la distribución territorial de los latinos en los Estados Unidos. El hecho de que la población hispana esté muy concentrada en unos cuantos estados hace que su influencia sea superior a la que tendrían si estuvieran distribuidos de forma más homogénea por todo el territorio estadounidense<sup>9</sup>.

64

Ahora bien, la influencia efectiva de los hispanos queda limitada por el estado en concreto en el que residen. Así, más de la mitad de los votantes latinos elegibles viven en Texas, California y Nueva York, estados tradicionalmente rojos o azules, es decir, propensos a votar republicano o demócrata a lo largo del tiempo. La relevancia del voto en estos hispanos se limitará, muy posiblemente, a reforzar la tendencia de voto existente. Precisamente algunos autores han señalado que estos patrones cuasifijos pueden incluso desalentar la participación electoral de los *millennials* hispanos (Krogstad, López, Passel y Patten 2016).

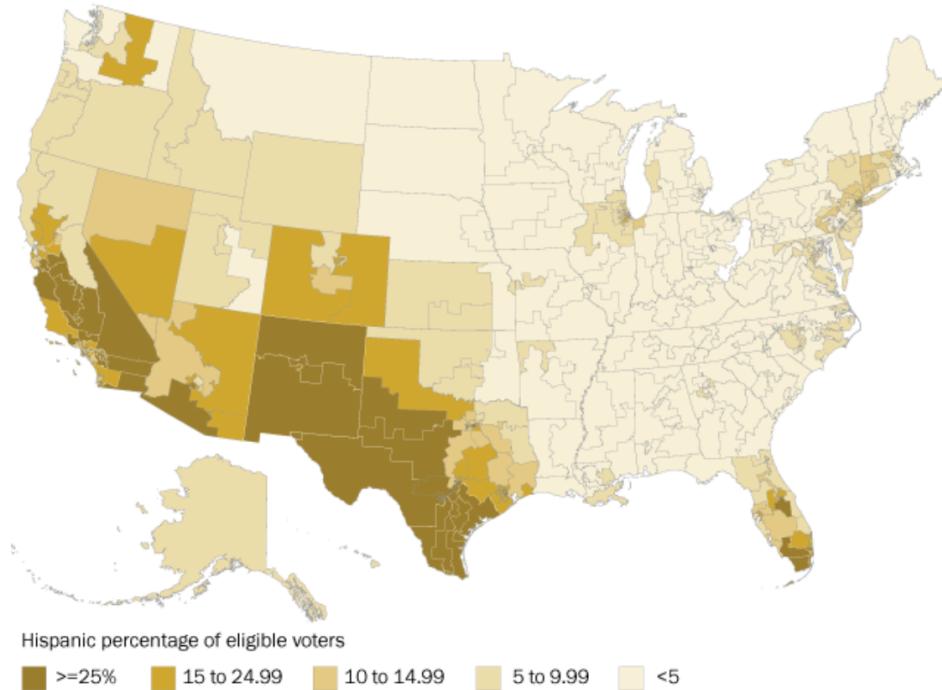
<sup>9</sup> Sobre la distribución geográfica de la población hispana, véase el primer apartado de este informe.



Para las elecciones presidenciales de 2016, el porcentaje de votantes latinos en estados clave para el resultado final es aún muy reducido: Florida (18,1%), Nevada (17,2%) y Colorado (14,5%) (Krogstad, López, Passel y Patten 2016). En el resto de los estados en los que las elecciones presidenciales suelen ser reñidas, los hispanos son menos del 5% de los votantes elegibles. Así, la concentración de hispanos en estados no competitivos debilita su carácter decisivo, a pesar de ser este superior al que presentan en las elecciones legislativas.

Una vez más, es la distribución territorial de la población hispana la que determina su influencia. Los votantes latinos constituyen una pequeña parte del electorado total en la mayoría de los estados, suponiendo una parte superior a la media de la población en solo nueve estados; los hispanos están, por tanto, poco representados en términos de poder de voto en 41 estados, lo cual limita su poder electoral como grupo demográfico (Cohn 2014). Alrededor del 50% de los hispanos en los Estados Unidos viven en solo 65 de los 435 distritos de la Cámara de Representantes, distribución que limita su impacto electoral (Cohn 2014).

**Figura 38** – Concentración de votantes latinos por distrito del Congreso, enero de 2016.  
Fuente: Pew Research Center 2016b.



Por lo tanto, la distribución territorial de los votantes hispanos es esencial para comprender su poder electoral. Es esta distribución uno de los factores que hacen que su relevancia sea superior en las elecciones presidenciales que en las legislativas. Si se cruzan los datos de los estados con una mayor proporción de votantes hispanos con los estados más indecisos (*swing states*), observamos que el voto de los hispanos podría ser decisivo en hasta un 16% del total del Colegio Electoral. Esta proporción podría elevarse hasta el 30% si se suman los estados que votan por el Partido Demócrata, dada la tendencia hacia este partido observada entre los hispanos. En este incremento, sin embargo, el voto latino se interpreta como refuerzo de una tendencia mayoritaria en cada estado, no como un factor decisivo.

Junto a la distribución territorial de los votantes, existe un factor cualitativo que concede más peso a los latinos en las elecciones presidenciales: la percepción de que su voto puede ser más decisivo para estas elecciones que para las legislativas, dado, además, que estas últimas se organizan en un sistema no siempre entendido por la población, hispana y no hispana (Maisel 2016).

A pesar de estos desafíos, la creciente población de hispanos, especialmente los nacidos en el país, puede incrementar su influencia electoral, ya que una mayor proporción de hispanos alcanzará la edad para votar y una gran mayoría serán ciudadanos estadounidenses con derecho a voto (en la actualidad, el 94% de los niños hispanos nacidos en los Estados Unidos son ciudadanos) (Cohn 2014). La presencia de hispanos ya ha cambiado el sentido de la votación en algunos estados en las presidenciales. Por ejemplo, la población hispana ha hecho que los estados de Nevada y Nuevo México sean ahora más propensos a inclinarse hacia candidatos demócratas ya que, como se verá en el siguiente apartado, el voto hispano se inclina hacia el Partido Demócrata. Además, el crecimiento de la población hispana en Florida también está desplazando el voto de republicanos a demócratas (Cohn 2014).

67

### *El voto latino en las elecciones presidenciales de 2016*

De acuerdo con la Encuesta de Población Actual realizada por la Oficina del Censo de los Estados Unidos en 2016, se proyectan 27,3 millones de votantes hispanos para las elecciones presidenciales. Esto representa un aumento del 70% comparado con los 19,5 millones de votantes hispanos registrados en 2000 (Krogstad, López, Passel y Patten 2016), lo cual supone un crecimiento notable del poder electoral hispano.

En general, muchos hispanos tienden a ser conservadores socialmente, pero son políticamente y económicamente liberales. Aunque los hispanos no se identifican de forma clara con ningún partido político de los Estados Unidos, tienden a votar

mayoritariamente por el Partido Demócrata, ya que una gran mayoría siente que el Partido Republicano excluye a los latinos y sigue siendo en gran medida un partido de blancos con ingresos altos (*The Economist* 2015d).

Un informe de 2015 realizado por *The Economist* sugiere que la cultura de los partidos puede ser tan responsable del vaivén de los votantes latinos como lo son los problemas reales y las ideologías políticas (*The Economist* 2015d). Esto significa que aunque muchos hispanos hoy en día tienden a inclinarse por el Partido Demócrata por estar de acuerdo con la ideología política del partido, otros lo hacen porque simplemente no sienten que puedan formar parte o apoyar totalmente al Partido Republicano. Aunque en los últimos años se ha producido una desaceleración del apoyo latino al Partido Demócrata, los demócratas siguen teniendo una ventaja entre los hispanos y los votantes latinos siguen estando mayormente a favor de candidatos demócratas por un margen de dos a uno (López, González-Barrera y Krogstad 2014).

68

Debido a su creciente importancia, el voto latino sigue siendo objeto de controversia entre los republicanos y los demócratas, sobre todo durante las elecciones presidenciales. En 2012, el Partido Republicano luchó por el apoyo de los hispanos, pero solo el 27% votó a su candidato, Mitt Romney. Por el contrario, el 71% apoyó la reelección del presidente Barack Obama (López y Taylor 2012). En las últimas nueve elecciones presidenciales los demócratas ganaron el voto hispano con al menos un 56%. Es probable que la tendencia de los votantes hispanos a apoyar a los candidatos demócratas continúe en las elecciones presidenciales de 2016. A pesar de que el apoyo latino al Partido Demócrata se ha reducido en los últimos años, los latinos siguen estando a favor de candidatos demócratas (Shepard 2015; López, González-Barrera, Krogstad 2014).

Varias encuestas han revelado recientemente el apoyo de los votantes hispanos al candidato republicano Donald Trump con porcentajes tan bajos como el 10%-

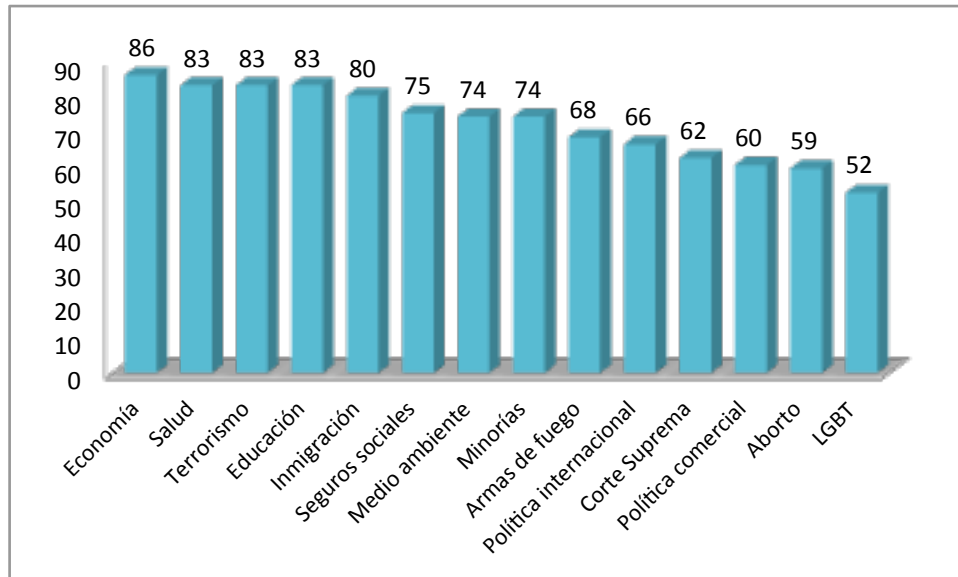
12% (Ornstein y Abramowitz 2016). Por el contrario, en abril de 2016, los principales candidatos presidenciales demócratas, Hillary Clinton (48%) y Bernie Sanders (47%), registraron un apoyo alto en las encuestadas (Gamboa 2016).

En julio de 2016, el *Pew Research Center* informó de que Hillary Clinton tenía una amplia ventaja entre los votantes hispanos, comparada con el candidato republicano, Donald Trump; el 66% frente al 24%. Este porcentaje es similar al apoyo que tuvo el presidente Obama entre los hispanos en las últimas dos elecciones presidenciales. En el mismo informe también se revela que, entre los hispanos, la posible reforma migratoria (79%) es uno de los temas más importantes, solo superado por el estado de la economía (86%) (*Pew Research Center* 2016c).

En cuanto a los asuntos o *issues* más importantes para los votantes hispanos, una encuesta realizada por el *Pew Research Center* preguntó acerca de sus principales preocupaciones para las elecciones presidenciales de 2016. La encuesta revela que el estado de la economía es una de las principales inquietudes. La salud le sigue como el segundo problema más importante para los hispanos y, después, la lucha contra el terrorismo, la educación y la inmigración. En último lugar figuran las preocupaciones sobre el aborto y el tratamiento de la comunidad LGBT (Krogstad 2016b). En la siguiente figura se desglosan estos hechos más concretamente.

69

**Figura 39** – Porcentaje de hispanos que consideran cada problema como «muy importante» para las elecciones presidenciales de 2016. Fuente: Krogstad 2016b.



## 6. Identidad y actitudes sociales

- El 51% de los hispanos no tiene una preferencia entre los términos «latino» o «hispano». Entre los que sí muestran una predilección, el término «hispano» es preferido a «latino», aunque entre las tendencias culturales existe un creciente uso de la palabra «latino».
- El 51% de los hispanos vinculan su identidad a su país de origen.
- El 48% de los hispanos de tercera generación o más se refieren a sí mismos como «americanos» en lugar de como latinos/hispanos o de acuerdo a su país de origen.
- Los hispanos que dominan el español, han nacido en el extranjero y tienen una educación inferior a la escuela secundaria son mucho más propensos a considerarse a sí mismos como «muy diferentes al americano típico».

Los hispanos en los Estados Unidos están aumentando rápidamente pero, a medida que crecen, su crisis de identidad continúa indefinida. Durante años, el debate entre el uso de los dos términos, «latino» o «hispano», ha dividido en dos a aquellos con un origen étnico y racial de América Latina o de cualquier país de habla hispana, incluyendo España.

El término «hispano» se refiere de forma más precisa a la lengua y a todos los que vienen de un país de habla española. El término «latino» se refiere, por el contrario, a la geografía, y más comúnmente abarca los orígenes étnicos de América Latina. El dilema entre el uso correcto de estos dos términos se ha convertido en una cuestión de preferencia. Oficialmente, la Oficina del Censo de los Estados Unidos y el *Pew Research Center* utilizan los dos términos indistintamente. No obstante, la crisis de identidad de los hispanos en los Estados Unidos ha llegado a otra dimensión, ya que algunos hispanos que son nativos o nacidos en el extranjero, pero han vivido durante mucho tiempo en el país, se identifican más con el término «americano» que con su país de origen o con la comunidad latina/hispana<sup>10</sup>.

71

Con los años se ha producido un cambio en la preferencia y el uso de los términos «latino» e «hispano». A pesar de que el *Pew Research Center* descubrió en 2012<sup>11</sup> que entre los hispanos que tienen una preferencia sobre los dos

---

<sup>10</sup> Para completar la información sobre la crisis de identidad y la definición de los términos «hispano» y «latino» en los Estados Unidos, véase Rodríguez, C. Y. (2014). «Hispanic-Latino Identity». CNN. <http://www.cnn.com/2014/05/03/living/hispanic-latino-identity/>

<sup>11</sup> El 51% de los hispanos no tienen una preferencia entre latino o hispano. Entre aquellos que tienen una preferencia, la palabra «hispano» es preferida más a menudo que la palabra latino, con un 33% y un 14% respectivamente (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012). En el Censo de los Estados Unidos de 2010, el 37% de hispanos, un total de 18 millones, seleccionó «alguna otra raza» y un 53% se identificó como blancos (*The Economist* 2015b). Esto contrasta con una encuesta del *Pew Research Center* realizada en 2011, que encontró que el 26% de los latinos seleccionó «alguna otra raza» y el 25%

términos se prefiere usar «hispano» sobre «latino», informes más recientes señalan todo lo contrario. Una investigación realizada por Twitter descubrió que los hispanos se refieren a su origen étnico usando el término latino con mayor frecuencia que el término hispano (Rodríguez 2014). Además, en la cultura popular existen numerosos programas de televisión, géneros de música y celebridades que utilizan la palabra «latino» en vez de «hispano» (Rodríguez 2014).

Una cosa es segura: la identidad de los hispanos no tiene un solo sentido para los que viven en los Estados Unidos. La mayoría tiende a definir su identidad a partir de su país de origen o en términos panétnicos y multirraciales como hispano o latino. Oficialmente, estos términos son considerados como un grupo étnico y no una raza por el Censo de los Estados Unidos; sin embargo, una gran parte de los hispanos (67%) utilizan estos términos para indicar su origen racial (Pew Research Center 2015c).

72

### *¿Hispano, latino, «americano» o gentilicio de origen?*

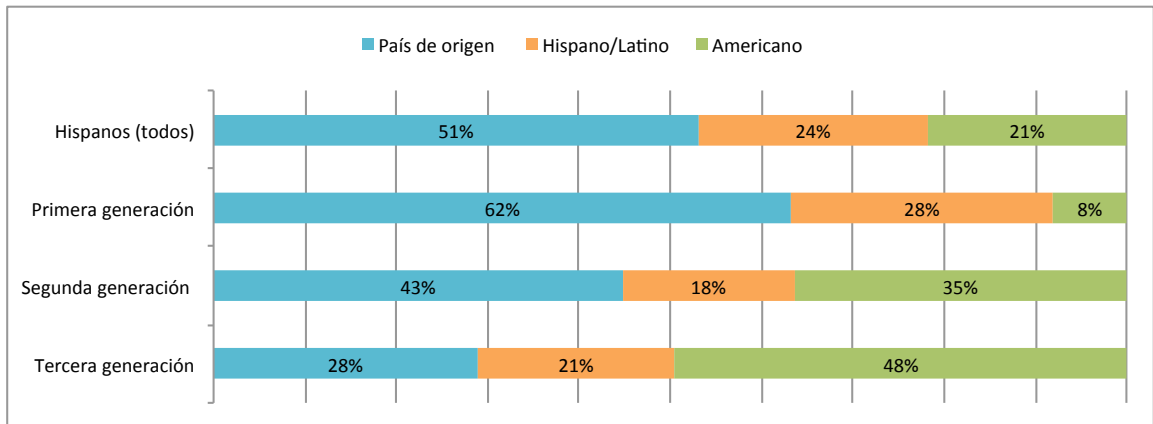
El tiempo de permanencia en los Estados Unidos, los ingresos familiares, el dominio del inglés, el nivel de educación, el matrimonio interétnico y racial, y si se es nacido en los Estados Unidos o en el extranjero, son los factores con mayor influencia en la identidad con la que los hispanos se identifican y, en particular, en si se consideran a sí mismos «americanos».

---

indicó hispano o latino como su raza, mientras que el 36% dijo ser blanco y el 10% restante indicó ser negro, asiático o dos o más razas (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012).

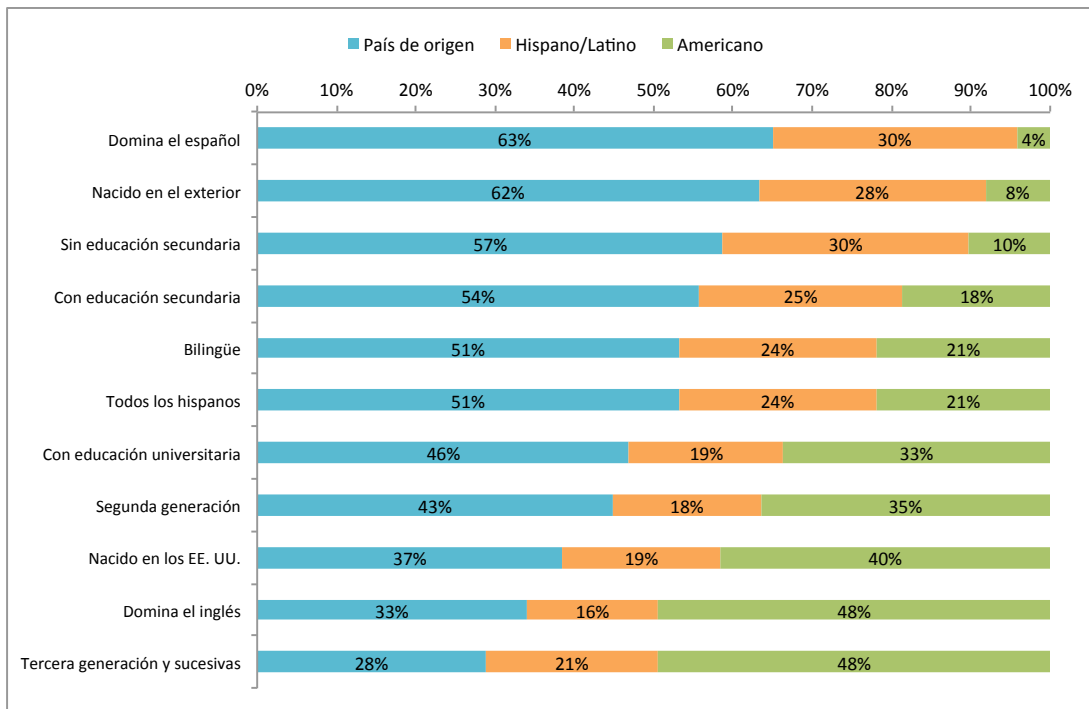


**Figura 40** – ¿Cómo se describe a sí mismo con más frecuencia? Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



Las opiniones de la tercera generación de hispanos en adelante sobre una amplia variedad de asuntos sociales son generalmente comparables con las de otros grupos étnicos en los Estados Unidos (Matthews 2013). Sin embargo, se diferencian en el nivel de mantenimiento y de competencia lingüística en español. El deseo de las generaciones hispanas de poder hablar español es significativamente fuerte comparado con otros grupos (Matthews 2013). Esto indica que es poco probable que el uso del español entre los hispanos desaparezca totalmente, aunque generaciones futuras dominen el inglés por encima del español y se asimilen más a la cultura estadounidense.

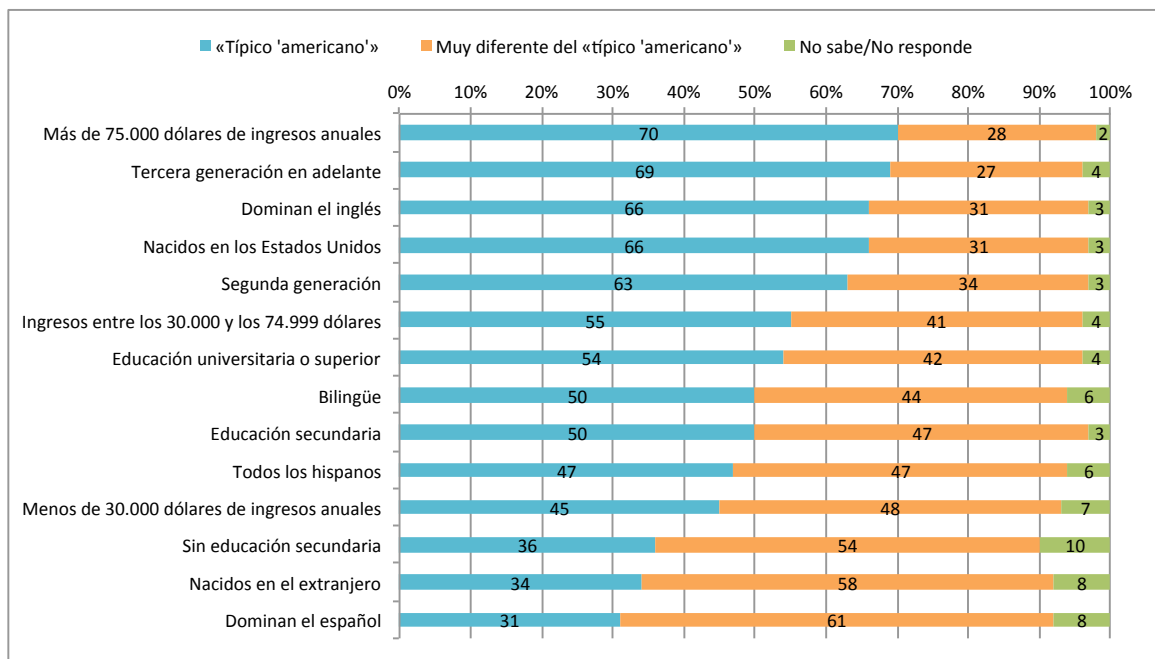
**Figura 41** – ¿Qué término utiliza más a menudo para describirse a sí mismo? Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



Los hispanos que son competentes en inglés y tienen un nivel más alto de educación son más propensos a describirse a sí mismos como «americanos» que como «hispanos» o «latinos» (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012). Por otro lado, los hispanos que tienen menos educación y dominan solo el español son más propensos a identificarse con su país de origen o el de su familia. Alrededor del 63% de los hispanos que dominan el español se refieren a sí mismos utilizando únicamente su país de origen, y el 57% de los hispanos con menos de un diploma de escuela secundaria hacen lo mismo. Por otro lado, el 37% de los hispanos nacidos en los Estados Unidos y el 33% de los hispanos que dominan el inglés se refieren a sí mismos por su país de origen (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012). La *Figura 41* muestra el porcentaje de hispanos que se refiere a su país de origen, «hispano» o «latino», o «americano» para describir su identidad, desglosado por competencia de idiomas, nacimiento, educación y tiempo en los Estados Unidos.

Además, aproximadamente la mitad de los hispanos (47%) dice que se considera muy diferente al «americano típico» y solo el 21% utiliza el término «americano» para describir su identidad con mayor frecuencia. Haber nacido en los Estados Unidos o en el extranjero también influye en cómo los hispanos se consideran a sí mismos. Los hispanos nacidos en los Estados Unidos son más propensos a sentirse «americanos» y expresan un mayor sentido de afinidad con otros estadounidenses que los inmigrantes hispanos nacidos en el exterior (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012).

**Figura 42** – ¿Se considera un «típico americano»? Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



75

## 7. Tecnología: internet y el uso de redes sociales

- Los ingresos, la edad y el nivel educativo son los factores que influyen con más fuerza en si los hispanos usan o no internet.
- Los hispanos son el grupo étnico más activo en las redes sociales y con mayor probabilidad de tener un teléfono inteligente.

- Los hispanos son más propensos que los afroamericanos y los blancos a utilizar un teléfono inteligente para acceder a internet.

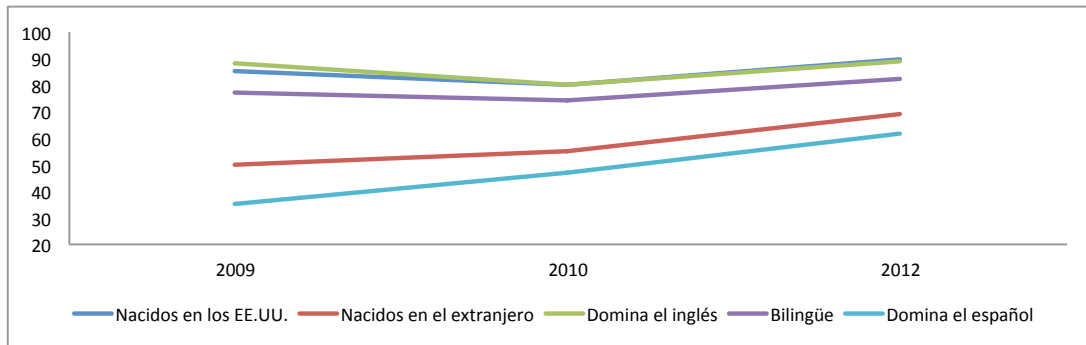
#### *Uso de internet*

Los latinos son el grupo étnico más activo en las redes sociales. El 72% de los adultos hispanos, el 68% de los negros y el 65% de los blancos indican que utilizan internet (Rodríguez 2014). Según otra encuesta realizada por el *Pew Research Center* en 2012, el 78% de los latinos utiliza internet para enviar o recibir mensajes de correo electrónico al menos de vez en cuando; esto representa un aumento del 14% desde el 2009 (López, González-Barrera y Patten 2013). El *Pew Research Center* también sugiere que este incremento en el uso de internet entre los latinos está probablemente relacionado con el creciente número de hispanos nacidos en el extranjero, quienes dominan el español y utilizan internet. Sin embargo, aunque haya más hispanos y extranjeros que dominan el español utilizando la web, el uso de internet sigue siendo más alto entre personas de hablan inglés y entre la población bilingüe. Casi todos los hispanos (90%) que dominan el inglés utilizan internet al menos de vez en cuando, al igual que el 83% de los latinos bilingües. Por el contrario, solo el 63% de los latinos que dominan el español utilizan internet al menos de vez en cuando (López, González-Barrera y Patten 2013).

76

Los ingresos, el nivel de educación, la edad y si una casa tiene niños son factores que afectan al uso de internet. Las familias hispanas con ingresos más altos son más propensas a utilizar internet que las menos acomodadas. Los jóvenes hispanos con edades comprendidas entre los 18 y los 29 años también son más propensos a utilizar internet al menos ocasionalmente comparado con hispanos mayores. Entre los jóvenes hispanos (18 a 29 años), el 93% utiliza internet al menos de vez en cuando; el porcentaje es del 82% de los hispanos adultos de 30 a 49 años, el 68% de los hispanos entre 50 y 64 años, y solo el 33% de los mayores de 65 años (López, González-Barrera y Patten 2013).

**Figura 43** – *Uso de internet entre los hispanos de los Estados Unidos, 2009-2012, desglosado por lugar de nacimiento y competencia lingüística.* Fuente: López, González-Barrera y Patten 2013.



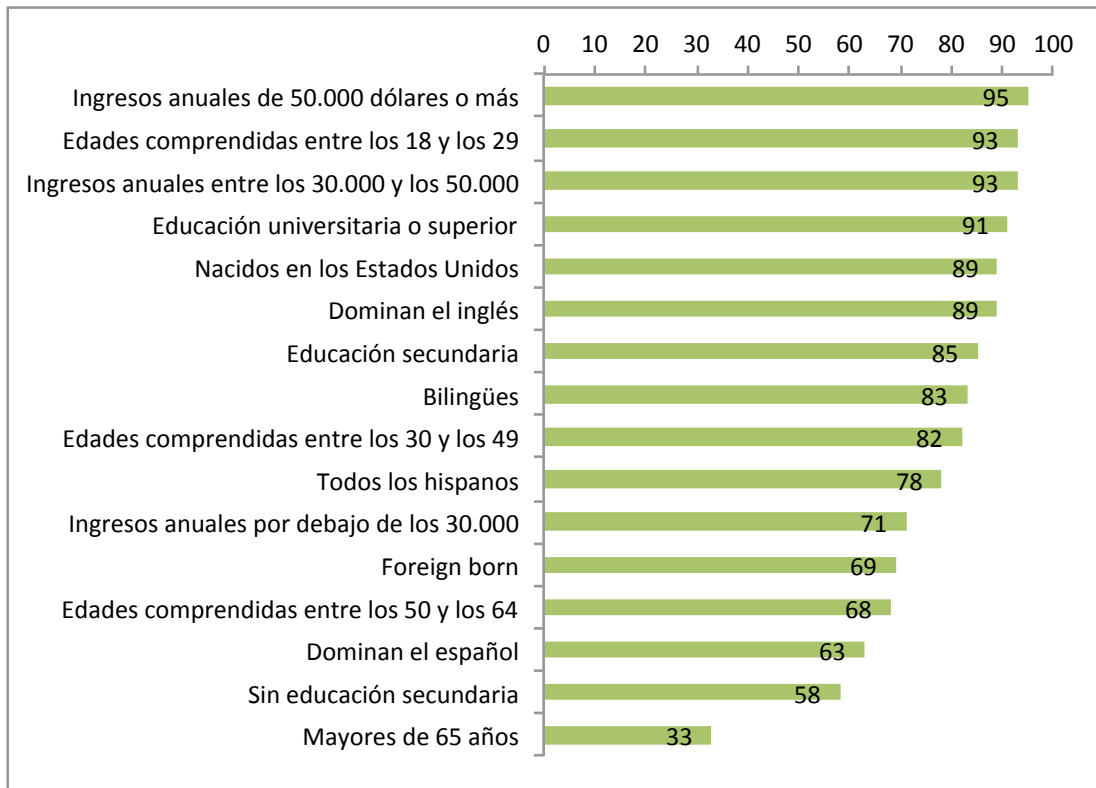
Entre los hispanos que menos utilizan internet están los que solo dominan el español (63%), los hispanos sin un diploma de escuela secundaria (58%) y los hispanos mayores de 65 años (33%). Entre aquellos que utilizan internet al menos de vez en cuando, casi tres cuartas partes dominan el inglés o son bilingües, el 31% y el 41% respectivamente (López, González-Barrera y Patten 2013).

77

Las personas con mayor nivel educativo son más propensas a utilizar internet. Entre los hispanos que no tienen un diploma de escuela secundaria solo el 58% la utiliza. Por el contrario, el 85% de hispanos con un diploma de escuela secundaria utilizan internet al menos de vez en cuando y el 91% de las personas con alguna educación universitaria utilizan internet ocasionalmente. Del mismo modo, el 42% de los usuarios hispanos de internet tienen alguna experiencia en la universidad mientras que solo el 15% de los no usuarios de internet tienen algo de educación universitaria (López, González-Barrera y Patten 2013).

El crecimiento de usuarios hispanos de internet en los Estados Unidos fue del 5,9% en 2015 frente al 7,4% en 2012. A pesar de que el porcentaje de crecimiento ha disminuido, el número de usuarios de internet hispanos continúa creciendo (Statista 2016).

**Figura 44** – Porcentaje de hispanos estadounidenses que utilizan internet al menos de vez en cuando. Fuente: López, González-Barrera y Patten 2013.



En general, los hispanos usan internet en la misma medida que los afroamericanos (78%) y menos que los blancos (87%). Sin embargo, poseen más teléfonos inteligentes y usan dispositivos móviles con mayor frecuencia que otros grupos raciales para acceder a internet (López, González-Barrera y Patten 2013).

#### *Uso de teléfonos inteligentes*

La edad, ingresos, lugar de nacimiento, nivel de educación y si se domina el inglés o el español son factores que afectan a la posibilidad de que los hispanos solo accedan a internet a través de sus teléfonos móviles. El 76% de los usuarios hispanos acceden a internet por medio de un teléfono móvil, *tablet* u otro dispositivo móvil, al menos ocasionalmente. Esta porción se incrementa a un 87% para los hispanos de 18 a 29 años, miembros de una familia con ingresos

de más de 50.000 dólares. Por otra parte, el 81% de los hispanos que dominan el inglés y el 79% de los bilingües pueden acceder a internet a través de un dispositivo móvil; en comparación, solo el 65% de los hispanos que dominan el español pueden hacer lo mismo (López, González-Barrera y Patten 2013).

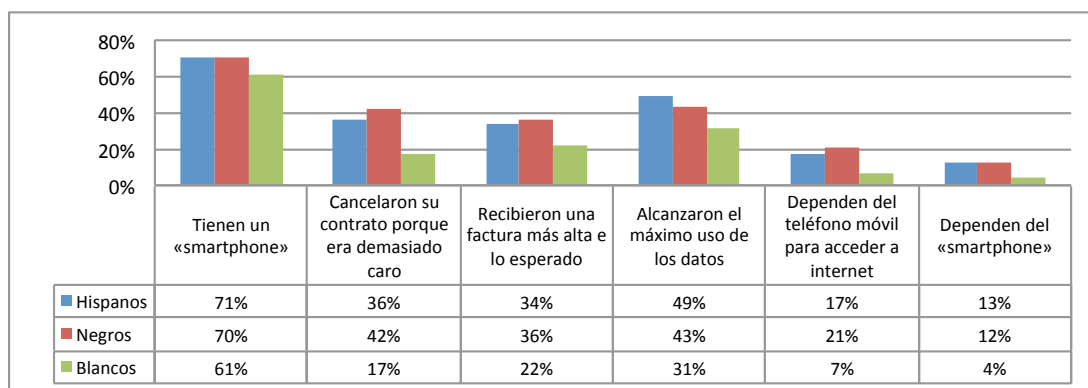
En 2015, el centro de investigación Nielsen informó de que los hispanos en los Estados Unidos utilizan sus teléfonos más de 14 horas a la semana y usan en promedio un 34% más de minutos al mes en comparación con los demás consumidores. Desglosados por subgrupos, los hispanos bilingües gastan significativamente más minutos en el teléfono móvil que otros hispanos (762 minutos en comparación con 658 minutos al mes) (Nielsen 2015).

Los hispanos nacidos en los Estados Unidos tienen más probabilidades de tener acceso a internet en un dispositivo móvil que los nacidos en el extranjero. El 81% de los hispanos nativos de los Estados Unidos utilizan un dispositivo móvil para acceder a internet, comparado con un 70% de los nacidos en el extranjero (López, González-Barrera y Patten 2013). Los usuarios de internet en un dispositivo móvil son más propensos a dominar el inglés o a ser bilingües que los hispanos que no utilizan un dispositivo móvil para acceder a la red. En 2015, el porcentaje de hispanos que dependía de un teléfono inteligente para acceder a internet ocasionalmente era del 13%, en comparación con un 12% para los afroamericanos. Este porcentaje es especialmente llamativo cuando se considera que solo el 4% de los blancos no hispanos dependen de un teléfono móvil para utilizar internet, lo cual significa que la mayoría tiene acceso a una red de internet en casa (Smith 2015).

En general, dos tercios de los estadounidenses poseen un teléfono inteligente (Smith 2015). Sin embargo, en comparación con los blancos y los afroamericanos, los hispanos son ligeramente más propensos a tener un teléfono inteligente. El 71% de los hispanos son dueños de teléfonos

inteligentes, en comparación con el 70% de los afroamericanos y el 61% de los blancos (López, González-Barrera y Patten 2013). Además, los hispanos son más propensos que los blancos a cancelar o a tener su servicio cortado debido a que el costo del servicio supone una carga financiera. En total, un 36% de los hispanos ha finalizado el servicio de telefonía celular por razones financieras. Los hispanos también son más propensos que los blancos y afroamericanos a alcanzar el límite máximo de datos permitido en sus planes (López, González-Barrera y Patten 2013). La *Figura 45* muestra el uso de teléfonos inteligentes por raza y origen étnico.

**Figura 45** – Patrones de uso de teléfonos inteligentes por raza y origen étnico. Fuente: López, González-Barrera y Patten 2013.



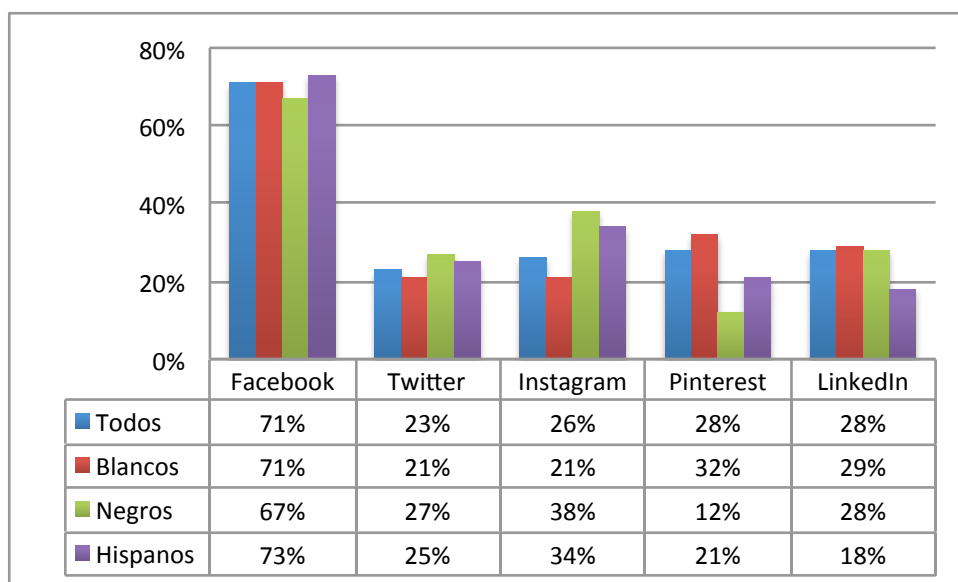
### Uso de redes sociales

El 80% de los hispanos usuarios de internet está conectado a redes sociales, en comparación con el 75% de los afroamericanos y el 70% de los blancos no hispanos. En 2013, los hispanos gastaron más tiempo en las redes sociales que cualquier otro grupo demográfico, con un promedio total de 278 minutos. Además, la mayoría de los hispanos usuarios de redes sociales dice navegar y comunicarse en estas plataformas tanto en español como en inglés. El número actual de usuarios de redes sociales hispanos es de 34,2 millones y se prevé que crezca hasta los 40,6 millones en 2019 (Statista 2016).



De acuerdo con datos del *Pew Research Center*, los hispanos tienden a usar Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest con la misma o mayor frecuencia que los blancos y los afroamericanos; sin embargo, los hispanos utilizan LinkedIn y otras redes profesionales con menos frecuencia (Duggan 2015).

**Figura 46** – *Uso de las redes sociales por raza y origen étnico en 2014*<sup>12</sup>. Fuente: Duggan et al. 2015.



## 8. Medios de comunicación y publicaciones

- Un número creciente de hispanos consume noticias en inglés.
- Los hispanos de tercera generación o más, con ingresos superiores a 50.000 dólares, nacidos en los Estados Unidos y que han completado alguna educación superior están predispuestos a leer noticias exclusivamente en inglés.

<sup>12</sup> En esta figura, «blanco» y «negro» se refieren solo a los blancos y los negros no hispanos. «Todos» incluye a todos los usuarios de internet estimados.

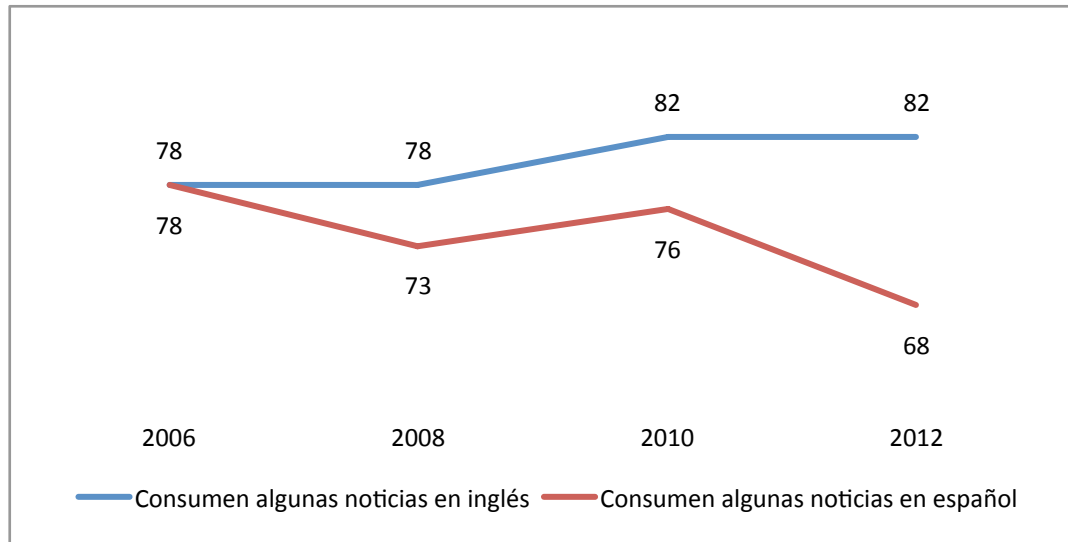
- Al comparar los ingresos, las audiencias y el número de estaciones, Univisión es la mayor compañía de medios de comunicación en español en los Estados Unidos.
- Los hispanos gastan, en promedio, casi un 30% más en música cada año que otros grupos raciales y étnicos.
- La gran mayoría de los hispanos (61%) que gastan en música tienen ingresos de entre 25.000 dólares y 50.000 dólares.
- El Observatorio de la lengua española y las culturas hispánicas en los Estados Unidos del Instituto Cervantes en la Universidad de Harvard ha identificado 321 periódicos impresos y digitales en españoles en 39 estados diferentes, incluyendo Washington, D.C.

El cambio demográfico en la población hispana, causado por la desaceleración de la inmigración de América Latina y el aumento de latinos nacidos en los Estados Unidos, se ha traducido en mayores niveles de bilingüismo y en un mayor dominio del inglés entre los hispanos (62%). Este cambio demográfico ha influido en el estado de los medios de comunicación dirigidos a los hispanos en el país. En los últimos años, muchas cadenas de noticias en inglés que habían puesto en marcha empresas orientadas a los hispanos, como NBC Latino y CNN Latino, cerraron o cambiaron su público objetivo hacia una población más joven (tal es el caso del canal Fusión, propiedad de Univisión, que cambió su audiencia objetiva de hispanos a jóvenes angloparlantes) (Shearer 2016).

82

En general, los porcentajes de audiencia y los ingresos de la mayoría de los medios de comunicación en español, desde gigantes como Univisión y Telemundo hasta las emisoras de radio y los periódicos impresos en español, han ido disminuyendo a medida que un mayor número de hispanos consume medios de comunicación y publicaciones en inglés. La *Figura 47* muestra el consumo de noticias por idioma de los hispanos.

**Figura 47** – Porcentaje de hispanos que consume noticias en español y en inglés. Fuente: López y González-Barrera 2013a<sup>13</sup>.



El estado de la prensa en español en los Estados Unidos no ha cambiado sustancialmente desde lo reflejado en la anterior edición de este informe (Steinmetz 2015). La tendencia se mantiene: después de varios años de crecimiento en circulación y en número de lectores, los periódicos y canales de televisión en español experimentan un retroceso desde 2013 (Shearer 2016). No obstante, a las organizaciones más nuevas y más pequeñas, como los periódicos impresos semanales y quincenales, les ha ido mejor que a la prensa impresa ya establecida (Matsa 2015a, Shearer 2016).

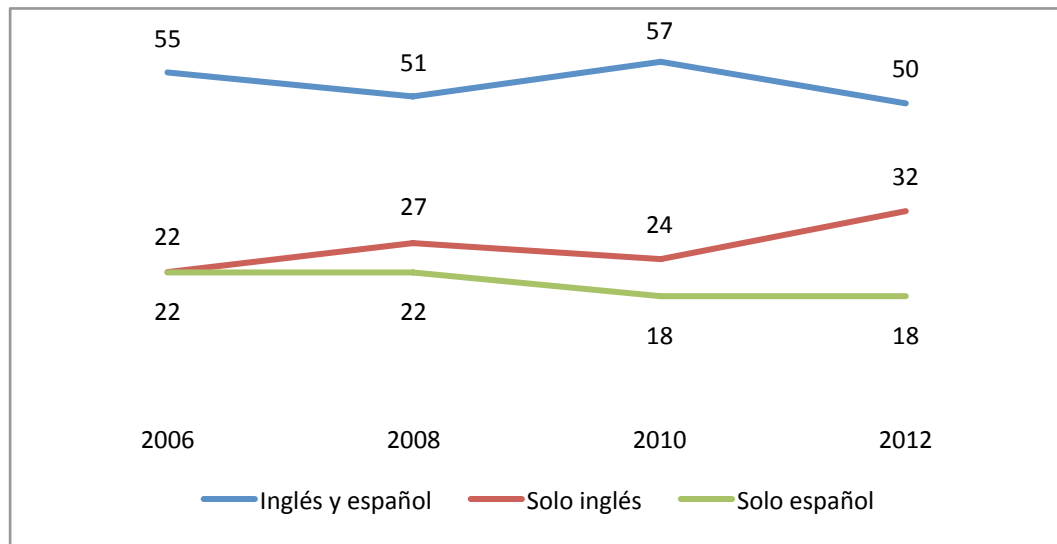
83

Datos del *Pew Research Center* sugieren que un número cada vez mayor de hispanos consume noticias en inglés (López y González-Barrera 2013a). En 2012, el 82% de los hispanos dijo que consumió al menos algunas noticias en

<sup>13</sup> El informe de López y González-Barrera (2013a) comprende los datos más recientes en consumo de medios en español. Por desgracia, estos datos solo llegan hasta 2012; no obstante, los informes actuales muestran que la misma tendencia continúa y los medios de comunicación en español están en declive, de forma más severa en los últimos dos años. Uno esperaría que el consumo de noticias en español continúe disminuyendo y el consumo de noticias en inglés, aumentando.

inglés, lo cual representa un aumento respecto al 78% indicado en 2006. Por el contrario, el porcentaje que hispanos que se informa a través de, al menos, alguna noticia en español, ha disminuido del 78% en 2006 a un 68% en 2012 (López y González-Barrera 2013a). La proporción de hispanos que declaró consumir noticias en los dos idiomas también está disminuyendo, del 57% en 2010 al 50% en 2012 (López y González-Barrera 2013a). Un número creciente de hispanos también consume noticias solo en inglés: un 32% en 2012 en comparación con un 22% en 2006. Del mismo modo, el porcentaje de los adultos hispanos que consume noticias solo en español está en declive, de un 22% en 2006 al 18% en 2012. Esta tendencia se ha acentuado en los dos últimos años: la mayoría de los medios de comunicación en español han informado de una disminución de audiencia y de ingresos, y lo mismo sucede en el caso de los periódicos escritos ya establecidos (Shearer 2016).

**Figura 48** – ¿En qué idioma usted consume los medios de comunicación? Fuente: López y González-Barrera 2013a.



Aunque los cambios no son drásticos, sí se percibe que en la última década los hispanos interactúan más con medios de comunicación en inglés y en algunas zonas el consumo de medios en español disminuye lentamente. Esto podría

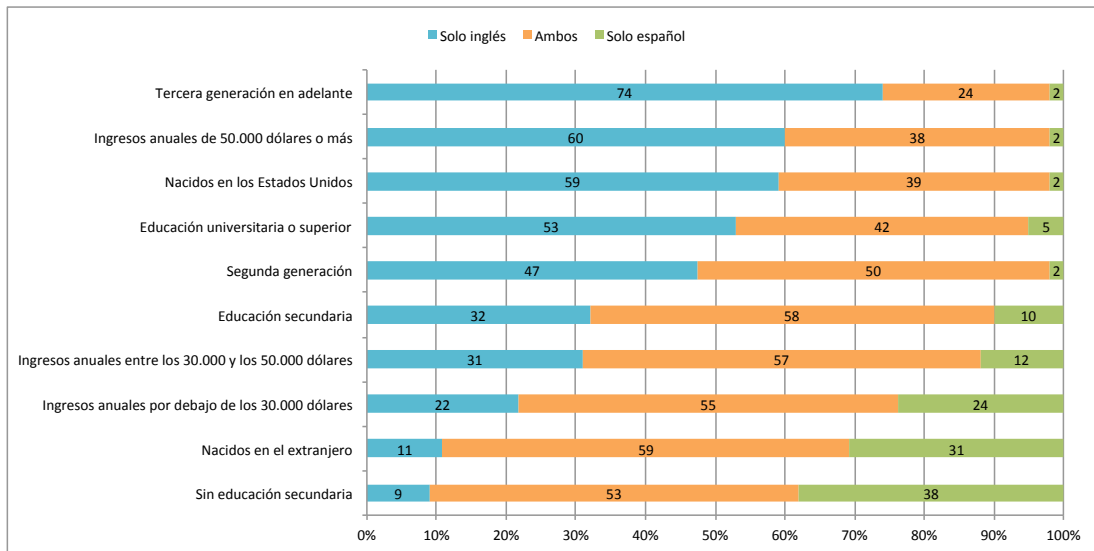
responder a varios factores: la creciente proporción de hispanos que son bilingües (un 62% en 2013), el descenso de los inmigrantes hispanos de América Latina y el crecimiento del número de hispanos nacidos en los Estados Unidos, quienes tienden a hablar inglés mucho más frecuentemente que los hispanos nacidos en el extranjero (Krogstad y Barrera 2015).

Los jóvenes hispanos de entre 18 y 29 años son los principales responsables del consumo de noticias solo en inglés (41%). Esto contrasta con los hispanos mayores de 65 años que consumen noticias solo en español (43%) (López y González-Barrera 2013b). Para valorar la importancia de esta diferencia por edad, hay que tener en cuenta además que la demografía de la población hispana es más joven que la de otros grupos.

Los hispanos con mayores ingresos y mejor nivel de educación son más propensos a consumir noticias solo en inglés. El lugar de nacimiento también afecta al idioma utilizado para el consumo de noticias. Los nacidos en los Estados Unidos (una gran proporción de ellos de la Generación del Milenio) son más propensos a consumir noticias en inglés, mientras que los nacidos en el extranjero principalmente dependen de fuentes de noticias en español. La *Figura 49* muestra el uso de los idiomas inglés y español para el consumo de noticias desglosado por lugar de nacimiento, generación, ingresos y nivel de educación.

85

**Figura 49** – Idioma utilizado para el consumo de noticias por lugar de nacimiento, generación, ingresos y nivel de educación. Fuente: López y González-Barrera 2013b.



El informe del Observatorio Cervantes en la Universidad de Harvard «El periodismo en español en los Estados Unidos» muestra que el 60% de los periodistas encuestados para el estudio cree que los medios de comunicación en español en el país ayudan a preservar el idioma a pesar de algunas deficiencias observadas. La conclusión de este informe es que el periodismo en español ayuda a preservar el idioma aunque sea con errores. La baja calidad de los medios de comunicación en español influye en que estos no sean demasiado leídos. El mismo informe también llega a la conclusión de que la calidad del español es mucho mejor en medios de comunicación solo en español que los medios bilingües (Covarrubias 2016).

86

### Prensa

El primer periódico en español, *El Mississippi*, fue publicado en Nueva Orleans en 1808. Desde entonces, los medios de comunicación en español ha proliferado y se han extendido a todos los rincones del país que reconocen a los hispanos como el mayor grupo minoritario (Covarrubias 2016). Sin embargo, en la última década los diarios impresos han visto disminuir continuamente su circulación.

Tres de los diarios hispanos más reconocidos en los Estados Unidos han experimentado caídas significativas de circulación en 2015 en comparación con los años anteriores: *El Nuevo Herald* de Miami disminuyó su circulación un 14,2%; *El Diario La Prensa* de Nueva York cayó un 8,7%; y *La Opinión Contigo* y *La Opinión* de Los Ángeles, un 13,2% y 22,3% respectivamente (Shearer 2016). Por otra parte, el ámbito digital ofrece mejores expectativas para los periódicos en español: dos de cada tres periódicos en español en línea han tenido incrementos en el número de lectores digitales. Esto se debe en gran parte al aumento del tráfico móvil y al hecho de que los hispanos constituyen el grupo minoritario con mayor número de teléfonos inteligentes (Shearer 2016).

De acuerdo al informe del Observatorio del Instituto Cervantes en la Universidad de Harvard, la gran mayoría de los medios de comunicación en español en los Estados Unidos se distribuye de forma gratuita o a un precio muy bajo, que va desde cinco centavos a cinco dólares, y en gran medida dependen de la publicidad para sobrevivir. La encuesta también revela que las tres agencias de noticias más utilizadas por los periodistas son la Agencia EFE, Associated Press (AP) y la Agencia Reforma. En cuanto a la distribución por sexos, la industria del periodismo está todavía en gran parte dominada por los hombres: alrededor del 65% de los encuestados eran hombres y el 35% eran mujeres. La encuesta preguntó también a los periodistas sobre su opinión acerca de la calidad del periodismo en español. La respuesta generalizada es que la calidad editorial es «justa» y una mayoría (54,34%) piensa que la calidad se incrementará a «buena» en el futuro (Covarrubias 2016).

El general, los periodistas hispanos reclaman más ayuda económica para los periódicos en español, lo que consideran que les permitirá seguir informando y hacer hincapié en una mayor profesionalidad, un mejor uso de la lengua y en la capacitación de su personal (Covarrubias 2016).

Al comparar los ingresos, audiencias y el número de estaciones, Univisión, que comenzó a funcionar en 1962 en San Antonio, Texas, es la mayor compañía de medios de comunicación en español en los Estados Unidos (Matsa 2015a). Univisión tiene la mayor audiencia, con alrededor de 1,8 millones durante los horarios más populares. Frente a Univisión, Telemundo, el segundo medio de comunicación hispano más grande, alcanza menos de 700.000 espectadores (Matsa 2015a)<sup>14</sup>. Por lo tanto, debido a su importancia y rendimiento, el éxito de Univisión puede tomarse como un ejemplo del éxito de la televisión hispana en los Estados Unidos, a pesar de que su rendimiento es a veces a superado cadenas de televisión en inglés como ABC, CBS, NBC y Fox (López 2013).

En general, los medios de comunicación en español han experimentado una reducción de audiencia y de ingresos. En 2014, el «Noticiero Univisión», el programa insignia de Univisión, vio disminuir su audiencia en un 7%, 1,86 millones de espectadores desde su máximo, 2 millones de espectadores en 2013 (Shearer 2016). Por el contrario, el programa insignia de Telemundo, «Noticiero Telemundo», aumentó su audiencia en un 11%. En ingresos, Univisión reportó un ligero descenso del 2% en 2015. La información sobre los ingresos de Telemundo no está disponible para el público, así que no se puede afirmar con certeza cuál es su estado económico (Shearer 2016).

88

Las mayores televisiones hispanas han registrado ligeros descensos en sus informes de audiencia y ingresos, a diferencia de las fuertes caídas de los periódicos hispanos. Sin embargo, el rendimiento futuro de las cadenas de televisión hispanas no está claro. Teniendo en cuenta la tendencia general de

---

<sup>14</sup> A pesar de que Univisión y Telemundo son las dos mayores compañías de medios de comunicación en español, están por detrás de medios de comunicación en inglés como Yahoo/ABC News, NBC News y CBS News, que tienen un público en línea de entre 65 y 47 millones. Univisión y Telemundo suman juntos una audiencia en línea de solo 9,8 millones (Matsa 2015a).



disminución de agencias de noticias en español y el crecimiento de los canales de noticias solo en inglés, puede esperarse una reducción de la audiencia de medios de comunicación en español o un cambio en la misma, de un modo similar a la que se ha producido en los medios en inglés que abrieron agencias de noticias dirigidas a hispanos. La ligera caída de los gigantes de medios de comunicación hispanos, Univisión y Telemundo, también puede estar causada por la aparición de medios extranjeros enfocados hacia América Latina como Azteca América y Televisa, ambos mexicanos, y otras organizaciones como la nueva página web en español del *New York Times* y CNN en Español (Shearer 2016).

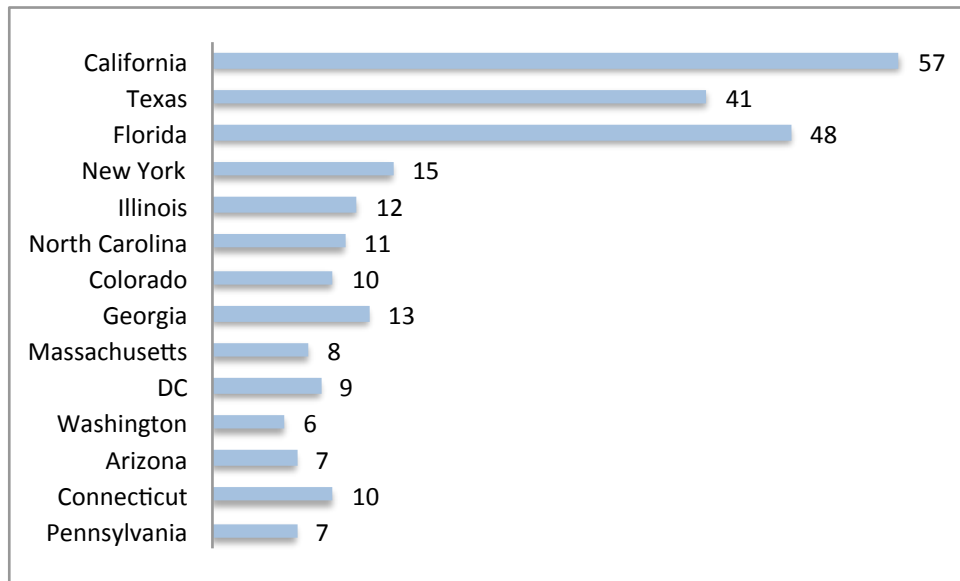
Según las estadísticas del centro de investigación Nielsen, Univisión cuenta con 61 filiales, además de su propia red de difusión, y Telemundo, 30 filiales. Los espectadores nocturnos de las filiales de Univisión se mantuvieron estables desde 2013 a 2014, mientras que los espectadores del *late night* disminuyeron un 5%, situándose en 1,8 millones. En comparación, durante el mismo día y el mismo intervalo de tiempo, las filiales de ABC alcanzaron 7 millones de espectadores diarios (Matsa 2015b).

Los analistas del *Pew Research Center* han señalado que el éxito de los medios de comunicación en español como Univisión parece contradecir sus estudios recientes, según los cuales una proporción creciente de hispanos consumen noticias, ven televisión y escuchan música en inglés en lugar de español (López y González-Barrera 2013b). Sin embargo, esta contradicción puede explicarse por el tamaño de la población latina. Aunque el porcentaje de hispanos que ve noticias en español ha disminuido, el número real de hispanos que hablan español y ven noticias en español se ha incrementado.

Existe una opinión dividida entre los periodistas acerca de si los medios digitales reemplazarán a los medios impresos: un 49,21% cree que no o es neutral y el 50,70% cree que sí. Algunos, como Pedro Rojas, exdirector de *La Opinión* en Los Ángeles, creen que los medios digitales ya han reemplazado a las noticias impresas y que su inmediatez es innegable. A pesar de que los medios impresos todavía tienen un lugar, este es cada vez más limitado (Covarrubias 2016). El número de visitantes a los sitios de noticias hispanas digitales va en aumento. En enero de 2015, Univisión tenía casi el doble de tráfico web que Telemundo, 6,7 millones frente a 3,2 millones. Las visitas a las páginas web por medio de teléfonos móviles superaron en número a las visitas por medio de ordenadores (Matsa 2015a).

Según el Observatorio de la lengua española y culturas hispanas en los Estados Unidos del Instituto Cervantes en la Universidad de Harvard, 39 de los 50 estados, incluyendo Washington DC, tienen periódicos en español o bilingües. En total, el Observatorio ha identificado 321 diarios digitales en español en el país (González-Tosat 2015).

**Figura 50** – Estados con el mayor número de publicaciones en español, digitales e impresas.  
Fuente: González-Tosat 2015.



El éxito de las redes sociales y los dispositivos móviles en la canalización de la información periodística es innegable. Una considerable mayoría (83,3%) cree que la información periodística se difundirá cada vez más a través de estos medios (Covarrubias 2016).

91

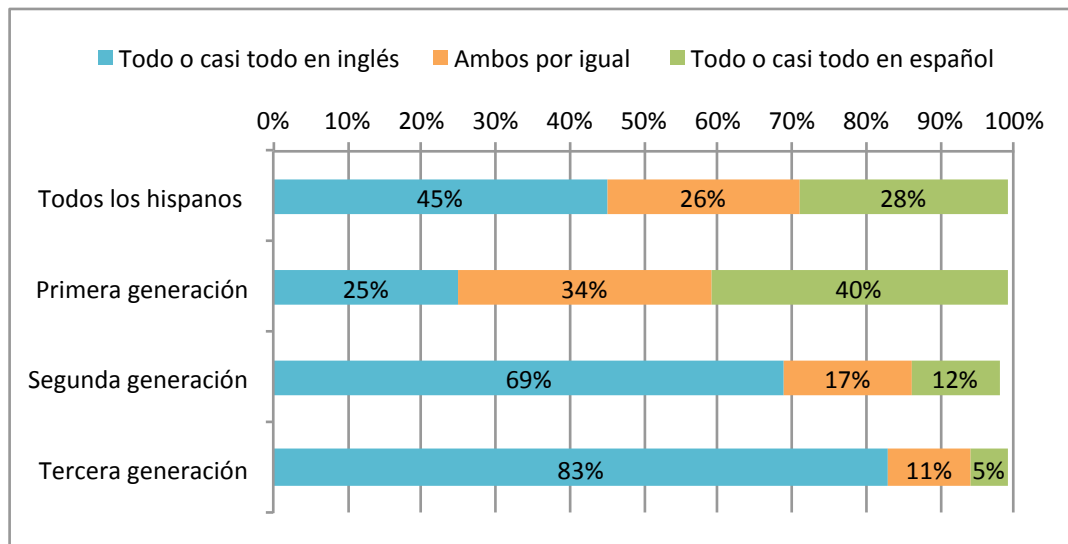
### Televisión e idioma

La *Figura 51* desglosa el porcentaje de hispanos que ven televisión en inglés o español dependiendo de la generación. Son más los hispanos que afirman que ven programas de televisión en inglés que programas en español. Un 45% asegura ver sobre todo programación en inglés, comparado con un 28% que afirman ver sobre todo programación en español.

Un poco más de una cuarta parte de los hispanos (26%), incluyendo a nativos y extranjeros, dicen que ven televisión en los dos idiomas, inglés y español. Los hispanos nacidos en los Estados Unidos son más propensos que los hispanos inmigrantes a ver televisión en inglés; así, mientras que el 40% de los latinos

nacidos en el extranjero afirman que ven principalmente televisión en español, solo el 25% de los latinos nacidos el país aseguran ver sobre todo programas en español. Otro 34% de los latinos nacidos en el extranjero declaran consumir televisión en inglés y español (Pew Research Center 2012).

**Figura 51** – Idioma utilizado para ver televisión, desglosado por generación. Fuente: Pew Research Center 2012.



92

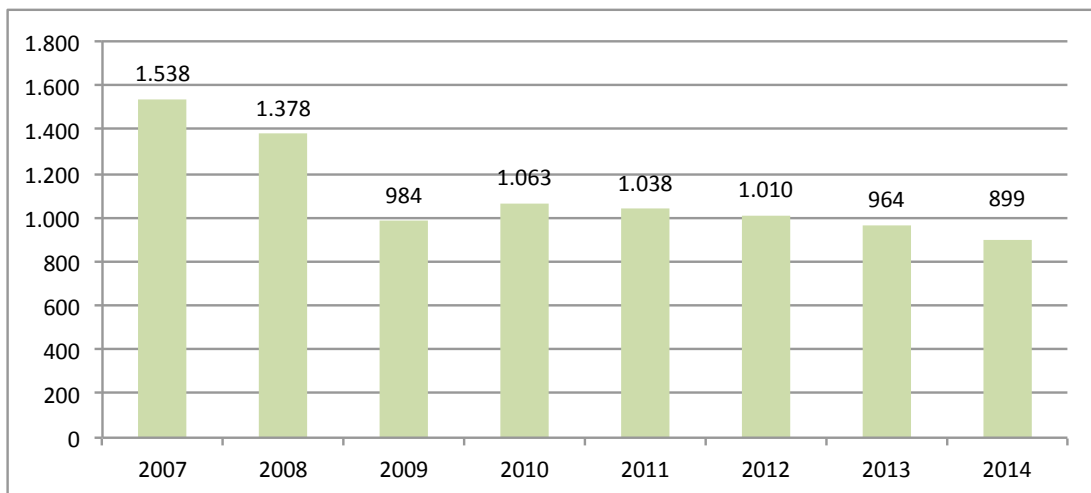
Entre la segunda generación de latinos, un 69% declara ver la televisión en su mayoría en inglés, un 17% ve programas de televisión en español y en inglés por igual y el 12% indica que ve televisión en su mayoría o solo en español. En la tercera generación, el 83% de los hispanos dice que consume televisión en inglés única o principalmente. Solo el 11% ve la televisión en ambos idiomas y únicamente el 5% ve la televisión en su mayoría en español (Pew Research Center 2012).

### Radio

Hay más de 500 redes de radio en español en los Estados Unidos. Solo 31 de estas emiten programas de noticias. Las estaciones de radio en español no se reparten de manera uniforme por todo el país: alrededor de un tercio de ellas

están en Florida (Matsa 2015A; Shearer 2016). Desde 2014 a 2015, los ingresos de estas estaciones disminuyeron ligeramente (un 2%), aunque los ingresos bajaron un 7% el año anterior. El negocio de la radio está en retroceso desde hace muchos años. Desde 2010 los ingresos han tenido una disminución del 17% (Shearer 2016). La proliferación de noticias en línea y los medios digitales pueden ser responsables de la disminución de los ingresos de estas estaciones de radio. La Figura 52 recoge los ingresos de publicidad promedio desde 2007 a 2014. La mayor caída de los ingresos tuvo lugar durante la recesión de 2009 (Matsa 2015a).

**Figura 52** – Ingresos promedio anuales por publicidad (en miles de dólares) de las emisoras de radio en español. Fuente: BI/Kelsey; Pew Research Center 2012.

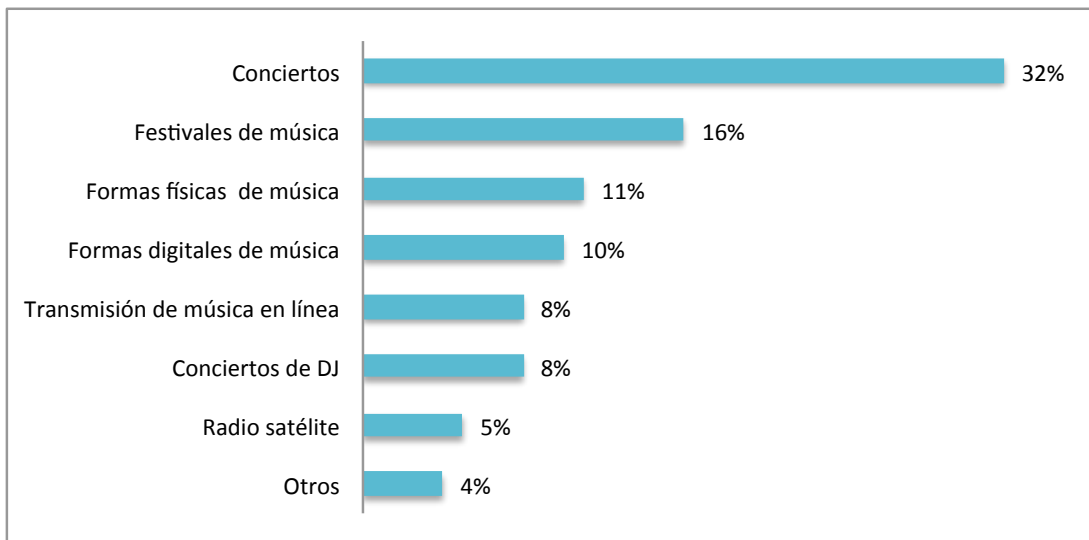


### Música

Según las estadísticas de Nielsen, en promedio, los hispanos gastan casi el 30% más en música cada año que otros grupos raciales y étnicos. Los latinos gastan 135 dólares cada año en música, mientras que el consumidor promedio de los Estados Unidos gasta 105 dólares al año (Nielsen 2014a). Esta cifra incluye la compra de CDs, discos digitales, radio por satélite y servicios de *streaming* de música.

Dado que el número de estaciones de radio en español ha aumentado en el país, es de suponer que se hayan incrementado para los hispanos las oportunidades de escuchar música y noticias en español. Sin embargo, solo un tercio de los hispanos declara escuchar música única o mayoritariamente en español (35%). Un 36% escucha música principalmente en inglés, mientras que el 27% escucha música en los dos idiomas por igual. El lugar de nacimiento juega un papel importante en la elección del idioma.

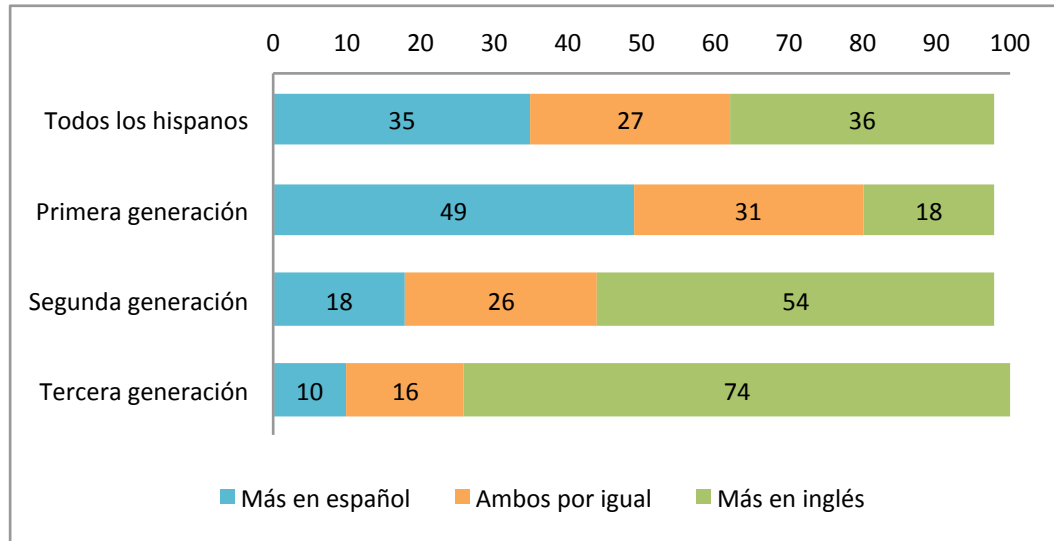
**Figura 53** – Distribución del gasto en música de los hispanos. Fuente: Statista 2016.



Los hispanos nacidos en el extranjero tienen más del doble de probabilidad de escuchar música en español (49%) que en inglés (18%). Entre los hispanos de segunda generación, más de la mitad escucha música principalmente en inglés (54%) y solo un 18% escucha música en español. En la tercera generación, los hispanos utilizan y escuchan única o principalmente música en inglés (74%), y solo el 10% escucha música en español (Taylor, López, Martínez y Velasco 2012). La *Figura 54* muestra los resultados de la Encuesta Nacional de Latinos del *Pew Research Center* 2011 y detalla el idioma que utilizan los hispanos para escuchar música dependiendo de su generación.

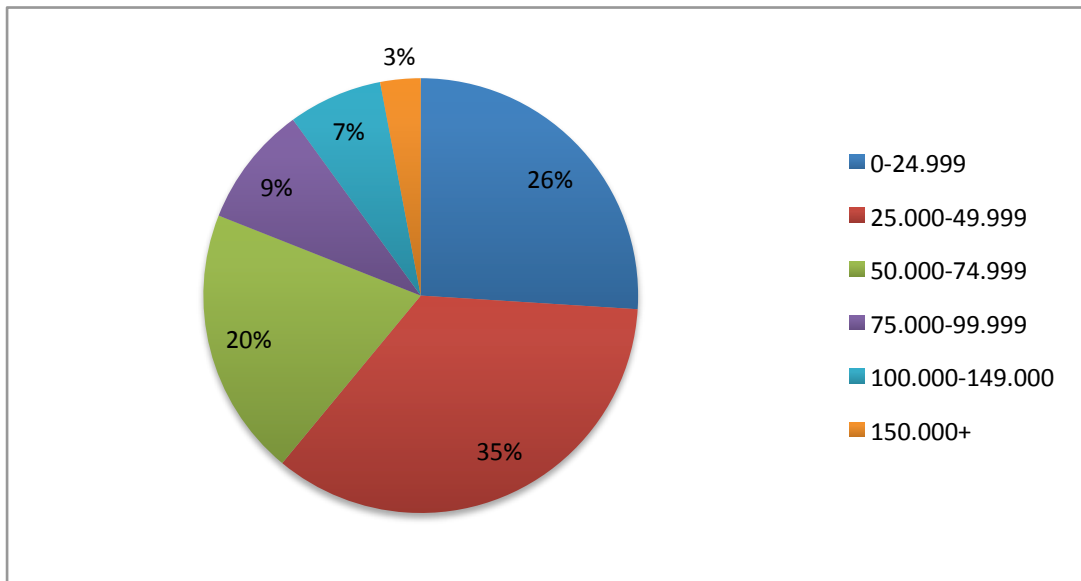
**Figura 54** – Cuando escucha música, en su mayoría... ¿Lo hace en español o en inglés?

Fuente: Taylor, López, Martínez y Velasco 2012.



Una encuesta realizada por centro de investigación Nielsen examinó las características demográficas de las personas que escuchan música latina y encontró que el 52% son mujeres y el 48% son hombres. El estudio también calculó el porcentaje de cada raza y grupo étnico que escucha música latina, con un 57% de hispanos, el 2% asiáticos, el 7% afroamericanos, un 31% que se identifica como alguna otra raza o de dos o más razas y el 55%, blancos (Nielsen 2014b). La encuesta también encontró que una mayoría (61%) de los que admiten escuchar música latina tienen ingresos inferiores a los 50.000 dólares. La *Figura 54* desglosa los ingresos de las personas que escuchan música latina. Debido a que la encuesta se realizó solo en inglés, no se tienen en cuenta las preferencias de las personas que no hablan inglés (Nielsen 2014b).

**Figura 55** – Ingresos de las personas que escuchan música latina. Fuente: Nielsen 2014b.



## 9. Conclusión

96

En este informe se explica que los hispanos y el idioma español han aumentado su influencia en los Estados Unidos. Hoy en día, los hispanos suman más de 55 millones, un 17% de la población de los Estados Unidos. Este número, en su mayoría, está compuesto por hispanos nacidos en los Estados Unidos, cuya tasa de natalidad sigue aumentando. Además, este estudio también refleja que, aunque los hispanos cada vez dominan más el inglés, el gran número de americanos de ascendencia hispana, la gran popularidad del español entre los no hispanos y las altas tasas de retención de español entre los hispanos indican que el español seguirá siendo una lengua importante en los Estados Unidos.

Además, este informe indica que, a pesar de algunas mejoras en el nivel educativo, tales como la disminución sustancial de la tasa de abandono escolar y el hecho de que los hispanos que asisten a la universidad haya superado al resto de los grupos minoritarios, los hispanos todavía tienen el nivel de estudios más



bajo de todos los grupos raciales y étnicos, con un número de personas con estudios avanzados muy por detrás de otros grupos raciales.

Con el incremento de la población hispana, su poder adquisitivo también ha ido en aumento; sin embargo, los hispanos todavía tienen que hacer frente a retos económicos pronunciados que los sitúan en el nivel de ingresos más bajo de todos los grupos y la tasa de pobreza más alta después de los afroamericanos. En medio de las estadísticas negativas resalta algo positivo: los hispanos tienen una brecha de ingresos por género del 10%, menor que otros grupos raciales y étnicos y mucho menor que la media nacional, que es del 20%.

Entre otras tendencias sociales, los hispanos siguen siendo el grupo racial y étnico con menos probabilidad de disfrutar de un seguro médico. El número de hispanos sin seguro sigue siendo alto, incluso después de la ley de Asistencia Asequible, ya que un gran número de la población hispana reside en los estados que han limitado *Medicare* desde que la ley fue aprobada en 2010. Además, en el matrimonio, los hispanos son el segundo grupo con más probabilidad, después de los nativos americanos, de casarse con otra persona que no sea de origen hispano.

La fuerza política de los hispanos ha aumentado ampliamente, ya que la mayoría de los hispanos son nacidos en los Estados Unidos y, por ende, son ciudadanos legales con derecho a ejercer el voto al alcanzar una mayoría de edad. No obstante, la fuerza electoral de los hispanos está debilitada por el hecho de que la mayoría de los hispanos elegibles para votar son parte de la Generación del Milenio, que en promedio tiene la participación electoral más baja de todos los votantes. Adicionalmente, los *millennials* hispanos tienen una participación electoral menor que los de otras razas y etnias.

97

En cuanto a la política, históricamente los hispanos han tenido una fuerte preferencia por los candidatos demócratas. Tal preferencia sigue siendo válida para la elección presidencial de 2016, respecto a la que los votantes hispanos se declaran ampliamente a favor de la candidata presidencial demócrata y muestran menor apoyo al candidato republicano. Por otra parte, el voto hispano sigue teniendo mayor influencia durante la elección presidencial que en las elecciones al Congreso y el Senado, debido a su desigual distribución en el territorio nacional, a la naturaleza del Colegio Electoral y al especial interés de los hispanos en la elección presidencial.

En cuanto a las actitudes sociales y a la identidad, el debate entre los usos de los términos «hispano» y «latino» continúa. El primer término se refiere a aquellos cuyas raíces están en un país de habla hispana, mientras que el segundo se refiere más comúnmente a aquellas personas que provienen de un país de América Latina, incluyendo aquellos donde el español no es el idioma nacional, como Brasil. Informes anteriores han indicado que entre los hispanos que tienen alguna predilección por alguno de los dos términos, la mayoría prefiere el término «hispano» para denotar su identidad, aunque estudios más recientes indican que el término «latino» se utiliza con más frecuencia en la comunicación popular. Otro estudio indica que una parte creciente de los hispanos consideran que los términos «hispano» y «latino» se refieren no solo a su etnicidad, sino también a su origen racial. Por otra parte, la mayoría de los hispanos se refiere a su país de origen para describir su identidad y una parte creciente, sobre todo los nacidos en los Estados Unidos, describen su identidad simplemente como «americanos».

Respecto a la tecnología, los hispanos pasan más tiempo en promedio en las redes sociales que todos los otros grupos raciales y étnicos y tienen la mayor presencia de todos los grupos minoritarios en estas redes. A pesar de su desventaja económica, los hispanos son el grupo racial y étnico que más

teléfonos inteligentes posee y también son el grupo que más uso hace de los teléfonos móviles para acceder a internet.

En cuanto a los medios de comunicación, los periódicos hispanos escritos en español están en retroceso, mientras que los periódicos escritos en inglés y en línea están aumentando constantemente. Además, el gigante hispano de la comunicación, Univisión, ha experimentado en los últimos años ligeras caídas en sus ingresos y audiencia. No obstante, la audiencia de Univisión sigue siendo alta: fue la red más vista durante dos años consecutivos por delante de canales en inglés como ABC, NBC y Fox (Univisión PR 2014). La depresión de los medios hispanos escritos en español tiene sentido teniendo en cuenta el cambio demográfico de los hispanos estadounidenses, que cada vez crecen más aclimatados a la cultura «americana» y que, en su mayoría, dominan el inglés o son bilingües.

En definitiva, este informe deja ver que se están produciendo importantes cambios entre los hispanos en los Estados Unidos. Los hispanos han pasado de ser una fuerza pequeña a convertirse en una gran grupo racial y étnico con el potencial para influir de manera decisiva en la dinámica social, económica y política de los Estados Unidos.

99

## Referencias

- ACS Language Use (2011). «Language Use in the United States 2011». <http://bit.ly/2aeRtpG> [Consultado el 15-06-2015].
- Alba, R. (2004). «Language Assimilation Today: Bilingualism Persists More Than in the Past, But English Still Dominates». Lewis Mumford Center for Comparative Urban and Regional Research at the University of Albany. <http://bit.ly/1L1XeRY> [Consultado el 10-02-2015].
- Blanco, E. (2013). «A speech in Spanish is a first for the Senate». *The New York Times*. <http://nyti.ms/1R1uOnD> [Consultado el 10-11-2014].

- Brown, A. (2014a). «U.S. Hispanic and Asian populations growing, but for different reasons». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1uAbCeQ> [Consultado el 26-05-2015].
- Brown, A. (2014b). «The U.S. Hispanic population has increased six fold since 1970». *Pew Research Center Fact Tank*. <http://pewrsr.ch/1ews1Tw> [Consultado el 26-02-2014]
- Brown, A. y Mark Hugo López (2015). «Public Libraries and Hispanics: Experiences using and finding information». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1jdDWj7> [Consultado el 20-06-2015].
- Cohn, N. (2014). «Why Hispanics don't have a larger political voice». *The New York Times*. <http://pewrsr.ch/LXggPB> [Consultado el 12-02-2015].
- Covarrubias, J. (2016). «El periodismo en español en los Estados Unidos». *Informes del Observatorio/Observatorio Reports*. Observatorio de la lengua y las culturas hispánicas en los Estados Unidos. Instituto Cervantes at Harvard University. <http://bit.ly/2dLTCxj> [Consultado el 30-08-2016].
- Doty, M., Sophie Beutel, Petra Rasmussen y Sara Collins (2015). «Latinos Have Made Coverage Gains But Millions are Still Uninsured». *The Commonwealth Fund*. <http://bit.ly/1GF9ANn> [Consultado el 07-10-2016].
- Duggan, M., et al. (2015). «Demographics of key social networking platforms». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1xMwvDG> [Consultado el 11-06-2015].
- Escobar, A. M. y Kim Potowski (2015). *El español de Los Estados Unidos*. Chicago: Universidad de Illinois.
- Fry, R. y Mark Hugo López (2012). «Hispanic student enrollments reach new highs in 2011: College graduation and Hispanics». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/MdKxJE> [Consultado el 10-11-2014].
- Gamboa, S. (2016). «Poll: Latino Voter Near Evenly Divided Over Clinton, Sanders». *NBC News*. <http://nbcnews.to/1NljW6O> [Consultado el 06-06-2016].
- González-Tosat, C. (2015). «Cibermedios hispanos en los Estados Unidos». *Informes del Observatorio/Observatorio Reports IO/OR*. Cambridge: Instituto Cervantes at Harvard University.
- Gonzalez-Barrera, A. (2015). «More Mexicans Leaving than Coming to the U.S.». <http://pewrsr.ch/1S6KhIM> [Consultado el 06-07-2016].
- Hakimzadeh, S. y D'Vera Cohn (2007). «English Usage Among Hispanics in the United States». <http://pewrsr.ch/2anYDY4> [Consultado el 15-06-2016].
- Hispanic Association of Colleges and Universities (2015). «Hispanic Higher Education – 2015». <http://bit.ly/1jeytcj> [Consultado el 06-06-2015].

- Instituto Cervantes (2016). «El Español: Una Lengua Viva. Informe 2016». <http://bit.ly/29jBB4K> [Consultado el 26-07-2016].
- Krogstad, J. M. (2014). «With fewer new arrivals, Census lowers Hispanic population projections». *Pew Research Center Fact Tank*. <http://pewrsr.ch/1BSSg4p> [Consultado el 16-12-2014].
- Krogstad, J. M. (2015). «5 Facts about Latinos and education». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1Awcp48> [Consultado el 27-05-2015].
- Krogstad, J. M. (2016a). «2016 Electorate Will be the Most Diverse in U.S. History». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/23KPKwo> [Consultado el 06-06-2015].
- Krogstad, J. M. (2016b). «The Economy is a Top Issue for Latinos and They are Most Up-Beat about it». *Pew Research Center Fact Tank*. <http://pewrsr.ch/29Hz6pD> [Consultado el 26-06-2016].
- Krogstad, J. M. (2016c). «Key facts about the Latino vote in 2016». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/2dcL9Sq> [Consultado el 17-10-2016].
- Krogstad, J. M. and Ana Gonzalez-Barrera (2015). «A majority of English-speaking Hispanics in the U.S. are bilingual». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/19MGhgV> [Consultado el 31-05-2015].
- Krogstad, J. M. and Mark Hugo López (2014). «Hispanic nativity shift: U.S. births drive population growth as immigration stalls». *Pew Research Center Hispanic Trends*. <http://pewrsr.ch/1fTkfVO> [Consultado el 29-04-2014].
- Krogstad, J.M., Renee Stepler and Mark Hugo López (2015). «English proficiency on the rise among Latinos». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1HbZcgl> [Consultado 06-06-2015].
- Krogstad, J. M., Mark Hugo López, Gustavo López, Jeffrey Passel y Eileen Patten. (2016). «Millennials Make Up Almost Half of Latino Eligible Voters: Youth, naturalization drive number of Hispanics eligible voters to record 27.3 million». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1lrQ0hq> [Consultado el 06-06-2015].
- López, G. y Ana González-Barrera (2016). «Afro-Latino: A Deeply Rooted Identity Among U.S. Hispanics». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1npjBcp> [Consultado el 07-01-2016].
- López, M. H. y Paul Taylor (2012). «Latino Voter in 2012 Election». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1goW43m>. [Consultado el 07-01-2016].
- López, M. H. (2013). «What Univision's milestone says about U.S. demographics». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1VHytxn> [Consultado el 12-12-2014].
- López, M. H. y Ana González-Barrera (2013a). «A growing share of Latinos get their news in English». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1ilBeNX> [Consultado el 12-06-2015].

- López, M. H. and Ana González-Barrera (2013b). «Demographics and Language of news media consumption». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1jFxJJg> [Consultado el 12-06-2015].
- López, M. H., Ana González-Barrera y Danielle Cuddington (2013). «Diverse origins: The nation's 14 largest Hispanic-origin groups». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1jR3JOM> [Consultado el 23-02-2015].
- López, M. H., Ana González-Barrera y Eileen Patten (2013). «Closing the digital divide: Latinos and technology adoption». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1RIVMNR> [Consulted on 23-02-2015].
- López, M. H. y Richard Fry (2013). «Among recent college grads, Hispanic college enrollment rate surpasses that of whites». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/MdKxJE> [Consultado el 14-12-2014].
- López, M. H. Ana González-Barrera y J. M. Krogstad (2014). «Latino Support for Democrats Falls, but Democratic Advantage Remains». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1tjfOwd> [Consultado el 07-01-2016].
- López, M. H., Rich Morin y J. M. Krogstad (2016). «Latinos Increasingly Confident in Personal Finances, See Better Economic Times Ahead: Yet many economic indicators show few gains for the community since the Great Recession». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1OdzZcX> [Consultado el 07-06-2016].
- MacLaughlin, M. (2016). «Latino Millennials Have The Power, So Why They Don't Use it?». *The Huffington Post*. <http://huff.to/1NpwOaJ>. [Consultado el 17-06-2016].
- Maisel, L. Sandy (2016). *American Political Parties and Elections: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Matthews, D. (2013). «Hispanic immigrants are assimilating just as quickly as earlier groups». *The Washington Post*. <http://wapo.st/1oAUDnp> [Consultado el 13-02-2015].
- Matsa, K. E. (2015a). «Hispanic Media Fact Sheet». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1GHagoo> [Consultado el 12-05-2015].
- Matsa, K. E. (2015b). «Network News: Fact Sheet». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1MO2Hv2> [Consulted on 12-05-2015].
- Modern Language Association (2013). «Highlights of the MLA's 2013 Survey of Enrollments in Languages Other Than English». <http://bit.ly/1vSxA8K> [Consultado el 10-05-2015].
- National Center for Education Statistics (2013). Table 104.20: «Percentage of persons 25 to 29 years old with selected levels of educational attainment, by race/ethnicity and sex: Selected years, 1920 through 2013». <http://1.usa.gov/1iRBfiy> [Consultado el 12-12-2014].

- National Center for Education Statistics (2015). Table 104.20: «Percentage of persons 25 to 29 years old with selected levels of educational attainment, by race/ethnicity and sex: Selected years, 1920 through 2015». <http://bit.ly/2aAz05L> [Consultado el 07-01-2016].
- Nielsen (2014a). «Hispanic consumers and music». <http://bit.ly/1iRBfiy> [Consultado el 14-12-2014].
- Nielsen (2014b). «Rhythm and culture: Tapping into today's Latin music listener». <http://bit.ly/1Pk5ZtC> [Consultado el 03-02-2015].
- Nielsen (2015). «U.S. Hispanics are Super Mobile, Super Consumers». Nielsen Newswire. <http://bit.ly/1QhUaUJ>. [Consultado el 20-07-2016].
- Ortman, J. M. y Hyon B. Shin (2011). «Language Projection 2010 to 2020». U.S. Census Bureau: Social, Economic, Housing Division. <http://bit.ly/2aHT3Pb> [Consultado el 06-09-2016].
- Ornstein, N. and Alan Abramowitz (2016). «Stop the Poll Insanity». *The New York Times*. <http://nyti.ms/2aA6PqA> [Consultado el 06-16-2016].
- Passel, J. S., D'Vera Cohn y Ana González-Barrera (2012). «Net migration from Mexico falls to zero - and perhaps less». *Pew Research Center Hispanic Trends*. <http://pewrsr.ch/1VkVr1V> [Consultado el 23-04-2015].
- Patten, E. (2016). «The Nation's Latino Population is Defined by its Youth: Nearly half of Latinos are younger than 18». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1VkVr1V> [Consultado el 07-16-2016].
- Pew Research Center (2009). «Between two worlds: How young Latinos come of age in America». <http://pewrsr.ch/1jRktFt> [Consultado el 11-10-2014].
- Pew Research Center (2011). «State and county databases: Latinos as percent of population, by state, 2011». Tabla ALL-11. <http://pewrsr.ch/1HbZcgl> [Consultado el 06-03-2015].
- Pew Research Center (2012). «Language use among Latinos». <http://pewrsr.ch/1wL3q9N> [Consultado el 06-03-2015].
- Pew Research Center (2013a). «A typical American: data». <http://wapo.st/1oAUDnp>
- Pew Research Center (2013b). «U.S. Hispanic population by county, 1980-2011». <http://pewrsr.ch/1DBoNiE> [Consultado el 10-03-2015]
- Pew Research Center (2013c). «A Nation of Immigrants: A portrait of 40 million, including 11 million unauthorized». <http://pewrsr.ch/2efJcBY> [Consultado el 29-01-2013].
- Pew Research Center (2014). «Unauthorized immigrant population trends for states, birth countries and regions». <http://pewrsr.ch/1wG16ho> [Consulted on 05-03-2015].

- Pew Research Center (2015a). «Hispanic Population Reaches Record 55 million, But Growth has Cooled». <http://pewrsr.ch/2abwQqR> [Consultado el 06-09-2016].
- Pew Research Center (2015b). «Modern Immigration Wave Brings 59 million to the U.S., Driving Population Growth and Change Through 2065». <http://pewrsr.ch/1KKz4rY> [Consulted on 06-07-2016].
- Pew Research Center (2015c). «National Latino Survey 2013». <http://pewrsr.ch/2at8vQ3> [Consultado el 06-22-2016].
- Pew Research Center (2015d). «Multiracial America: Chapter 7. The Many Dimensions of Hispanic Racial Identity». <http://pewrsr.ch/2aqbhYc> [Consultado el 07-01-2015].
- Pew Research Center (2016a). «Mapping the Latino Electorate by State». <http://pewrsr.ch/1yL2072> [Consultado el 06-09-2016].
- Pew Research Center (2016b) «Figure. Mapping the Latino Electorate by State». <http://pewrsr.ch/1yL2072> [Consultado el 06-22-2016].
- Pew Research Center (2016c). «2016 Campaign: Strong Interest Widespread Dissatisfaction». U.S. Politics and Policy. <http://pewrsr.ch/29xEfEJ> [Consultado el 22-06-2016].
- Rodríguez, C. (2014). «Which is it, Hispanic or Latino?». CNN News. <http://cnn.it/1kC3rWa> [Consultado el 22-06-2016].
- Ryan L. C. y Kurt Bauman (2016). «U.S. Census Bureau: Educational Attainment in the United States 2015». <http://bit.ly/1PFELtj> [Consultado el 22-06-2016].
- Selig Center for Economic Growth (2014). «Hispanic consumer market in the U.S. is larger than the entire economies of all but 13 countries in the world, according to annual UGA Selig Center Multicultural Economy study». Universidad de Georgia. Terry College of Business. <http://bit.ly/1nbeStg> Informe completo: <http://bit.ly/1MhLH3k> [Consultado el 12-04-2015].
- Selig Center for Economic Growth (2015). «Asian and Hispanics Driving U.S. Economy Forward, According to UGA Study». University of Georgia. Terry College of Business. <http://bit.ly/2a73b2x> Informe completo: <http://bit.ly/1MhLH3k> [Consultado el 07-03-2016].
- Shepard, S. (2016). «How Popular is Trump with Hispanic Voters?: It is a growing point of contention in the polling world». *Politico*. <http://politi.co/22ChQbh> [Consultado el 07-03-2016].
- Shearer, E. (2016). «Hispanic News Media: Fact Sheet». *Pew Research Report: Journalism and Media*. <http://pewrsr.ch/2axYpig> [Consultado el 07-20-2016].
- Smith, A. (2015). «U.S. Smartphone Use in 2015». *Pew Research Center: Internet, Science and Tech*. <http://pewrsr.ch/19JDwMd> [Consultado el 20-07-2016].



- Statista (2016). «Statistic and Facts on Internet Usage Among Hispanics in the U.S.». *The Statista Portal*. <http://bit.ly/2aqlwuq> [Consultado el 20-07-2016].
- Stepler, R. y Anna Brown (2016). «Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 1980-2013». *Pew Research Center Hispanic Trends*. <http://pewrsr.ch/1HluSCR> [Consultado el 12-05-2015].
- Steinmetz, S. (2015). «Mapa hispano de los Estados Unidos». *Informes del Observatorio/Observatorio Reports*. Observatorio de la lengua y las culturas hispánicas en los Estados Unidos. Instituto Cervantes at Harvard University. <http://bit.ly/2dkxQ0x> [Consultado el 06-01-2016].
- Taylor, P., Mark Hugo López, Jessica Martínez y Gabriel Velasco (2012). «When Labels Don't Fit: Hispanics and their view of identity». *Identity, Pan-Ethnicity and Race*. *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/Z6T3jU> [Consultado el 04-04-2015].
- Taylor, P., Ana González-Barrera, Jeffrey S. Passel y Mark Hugo López (2012). «An Awakened Giant: The Hispanic Electorate is likely to Double by 2030». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1HvgUZY> [Consultado el 06-16-2016].
- The Economist* (2015a). «A multi-hued future: Have faith in the melting pot». <http://econ.st/1CcQjE9> [Consultado el 15-03-2015].
- The Economist* (2015b). «A Suitable box to tick: The origin of the "Hispanic label»». <http://econ.st/1abHfmY> [Consultado el 20-04-2015].
- The Economist* (2015c). «America's Hispanics: From minor to major». <http://econ.st/1x06jaO> [Consultado el 14-03-2015]
- The Economist* (2015d). «Politics: Not Our Thing». <http://econ.st/1MXttIE> [Consultado el 12-06-2015].
- The Economist* (2015e). «The future's Asian». <http://econ.st/1gyIQU> [Consultado el 06-06-2015].
- The Wall Street Journal* (2013). «America's Assimilating Hispanics: The evidence shows they are following the path of earlier immigrants». <http://on.wsj.com/1L24sp3> [Consultado el 01-06-2015].
- Thompson, N. A. (2015). «Hispanic Consumers to Spend 1.3 Trillion in 2015, Prompting National Economic Growth». *Latin Post*. <http://bit.ly/2atiAg3>. [Consultado el 07-03-2016].
- Tran, Van C. (2010). «English Gain vs. Spanish Loss? Language Assimilation among Second-Generation Latinos in Young Adulthood». Harvard University. <http://bit.ly/1LkfHdZ> [Consultado el 05-03-2015].
- U.S. Census Bureau (s.a. a). «FAQ» <http://1.usa.gov/1WZFBBrp> [Consultado el 22-11-2014].
- U.S. Census Bureau (s.a. b). «Historical income data». <http://1.usa.gov/1iv03tH> [Consultado el 22-11-2014].

- U.S. Census Bureau (s.a. c). «Historical poverty data». <http://1.usa.gov/1juygge> [Consulted on 20-11-2014].
- U.S. Census Bureau (s.a. d). «Historical School Enrollment Time Series». <http://1.usa.gov/1Ov6iTz> Tabla A-5a. [Consultado el 20-11-2014].
- U.S. Census Bureau (s.a. e). «Median Earning in the Past 12 Months (2014 Inflation Adjusted) by Sex and Women's Earning as a Percentage of Man's Earnings by Selected Characteristics». *American FactFinder*. <http://bit.ly/2a7dlQr> [Consultado el 07-07-2016].
- U.S. Census Bureau (s.a. f). «Health Insurance Coverage Status by Age (Hispanic or Latino)». *American Community Survey 1 year estimates 2014*. <http://bit.ly/2azWknj> [Consultado el 07-07-2016].
- U.S. Census Bureau (s.a. g). «Guided Search: Per capita Income, United States, Hispanic or Latino». *American FactFinder*. <http://bit.ly/2agg223> [Consultado el 07-07-2016].
- U.S. Census Bureau (2014a). «Population estimates». <http://1.usa.gov/1Ov6iTz> [Consultado el 12-02-2015].
- U.S. Census Bureau (2014b). «Estimates and projections by age, sex, race and ethnicity». Tabla 10. <http://1.usa.gov/1VGVD6W> [Consultado el 03-04-2015].
- U.S. Census Bureau (2014c). «2014 National Population Projections: Summary Tables». <http://1.usa.gov/1vON2Gp> [Consultado el 03-04-2015].
- U.S. Census Bureau (2014d). «American FactFinder: Hispanic or Latino by Specific Origin». <http://bit.ly/2auw7q1> [Consultado el 06-07-2016].
- U.S. Census Bureau (2014e). «American Fact Finder: Language Spoken at Home by Ability to Speak English for the Population 5 years and Over (Hispanic or Latino)». <http://bit.ly/2auvyd3>
- U.S. Census Bureau (2014f). «American FactFinder: Nativity by Language Spoken at Home by Ability to Speak English for the Population 5 Years and Over (Hispanic or Latino)». <http://bit.ly/2asMp33> [Consultado el 06-15-2016].
- U.S. Census Bureau (2014g). «American FactFinder: Language Spoken at Home». <http://bit.ly/1QHVbGb> [Consultado el 06-20-2016].
- U.S. Census Bureau (2014h). «School Enrollment CPS October 2014». <http://bit.ly/2ajn8GC> [Consultado el 06-25-2016]
- U.S. Census Bureau (2014i). «Table 1. Income Earning and Summary Measures by Selected Characteristics: 2013-2014». <http://bit.ly/2aMUcVr>. [Consultado el 07-07-2016].
- U.S. Census Bureau (2014j). «Table 4. People in Poverty by Selected Characteristics: 2013-2014». <http://bit.ly/2azRuX2> [Consultado el 07-07-2016].

- U.S. Census Bureau (2014k). «Historical Poverty Tables: People and Families-1959 to 2014». <http://bit.ly/2aMUBaD> [Consultado el 07-07-2016].
- U.S. Census Bureau (2015a). «Newsroom: Hispanic Heritage Month». <http://bit.ly/2actQO1> [Consultado el 06-07-2016]
- U.S. Census Bureau (2015b). «Quick Facts United States». <http://bit.ly/2aeQw00> [Consultado el 06-07-2016].
- U.S. Census Bureau (2015c). *American FactFinder*. <http://bit.ly/2arn6wO> [Consultado el 06-07-2016].
- U.S. Census Bureau (2015d). «Educational Attainment in the United States 2015». <http://bit.ly/29c0xdE> [Consultado el 25-07-2016]
- U.S. Census Bureau (2015e). «Hispanic Heritage Month 2015». *Newsroom*. <http://bit.ly/1QjMFe3> [Consultado el 07-01-2016].
- Univision PR (2014). «Univision is the No. 1 Network for the Second Consecutive July Sweep Ahead of ABC, CBS, FOX and NBC among both Adults 18-49 and Adults 18-34». Press Releases. Univision Communications Inc. <http://bit.ly/2bPi6E5> [Consultado el 30-08-2016].
- Valdés, M. (2016). «Hay 27 millones de latinos que podrían votar en Estados Unidos, ¿pero qué diferencia harán?». *The New York Times*. <http://nyti.ms/2dkpZgQ> [Consultado el 17-10-2016]
- Wang, W. (2012). «The rise of intermarriage: Rates, characteristics vary by race and gender». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/LXggPB> [Consultado el 13-12-2014].
- Wang, W. (2015). «Interracial Marriage Who is 'Marrying Out'?». *Pew Research Center*. <http://pewrsr.ch/1JKsbf7> [Consultado el 16-07-2016].

107

Daniel A. Martínez  
Instituto Cervantes at Harvard University

Francisco Moreno Fernández (dir.)  
Instituto Cervantes at Harvard University

Austin Mueller (col.)  
Instituto Cervantes at Harvard University

Rosana Hernández Nieto (col.)  
Instituto Cervantes at Harvard University

